

”Trendikäs lentää Albaniaan, trendikkäin ei mihinkään”

**Miten kehykset ilmentävät lentämistä medialisoituneena
ilmiönä Helsingin Sanomien ilmastonmuutosta käsittelevissä
sisällöissä 2018 - 2019**

Marja-Liisa Väättäinen-Pereira

Helsingin yliopisto
valtiotieteellinen tiedekunta
viestintä
pro gradu -tutkielma
2020, marraskuu



Tiedekunta – Fakultet – Faculty valtiotieteellinen tiedekunta		Koulutusohjelma – Utbildningsprogram – Degree Programme maisterin tutkinto	
Tekijä – Författare – Author Marja-Liisa Väättäin-Pereira			
Työn nimi – Arbetets titel – Title "Trendikäs lentää Albaniaan, trendikkäin ei mihinkään" Miten kehukset ilmentävät lentämistä medialisoituneena ilmiönä Helsingin Sanomien ilmastonmuutosta käsittelevissä sisällöissä 2018 - 2019			
Oppiaine/Opintosuunta – Läroämne/Studieinriktning – Subject/Study track viestintä			
Työn laji – Arbetets art – Level pro gradu -työ		Aika – Datum – Month and year marraskuu 2020	Sivumäärä – Sidoantal – Number of pages 58
Tiivistelmä – Referat – Abstract <p>Ilmastonmuutos määrittää suhdettamme ympäristöömme, kulutuskäyttäytymiseemme ja elintapaamme. Se ei ole enää aihe, joka on pelkästään ympäristöön tai tieteeseen liittyvä asia, vaan ilmastonmuutos läpäisee kaikki sosiaalisen elämän sfäärit. Ilmasto- ja ympäristökysymykset liittyvät myös matkailuun, kun kuluttajat pohtivat matkustusvalintojaan ja niiden vaikutuksia. Ilmastonmuutoksen kannalta keskeinen haaste on lentoalan ennakoitu kasvu. Lentoliikenne on aiemmin kaksinkertaistunut noin viidentoista vuoden välein, mutta 2000-luvulla lentäminen on lisääntynyt vielä nopeammin. Lentämiseen on viime aikoina liitetty käsitteitä kuten lentohäpeä, mikä tarkoittaa häpeää, jota ihmiset tuntevat lentomatkinsa aiheuttamista ympäristövaikutuksista.</p> <p>Media on keskeinen linkki ihmisten ja sosiaalisen maailman välillä. Journalistiset sisällöt selittävät omalta osaltaan maailman tilaa ja muodostavat lukijoilleen kuvan maailmasta - myös lentämisestä. Tässä pro gradu -työssä selvitetään, millä tavalla lentämistä ilmiönä kehystetään Helsingin Sanomissa (HS), kun lentämistä käsitellään ilmastonmuutoksen yhteydessä, miten kehukset ilmentävät lentämistä medialisoituneena ilmiönä ja kenen äänellä lentämisestä puhutaan. Tutkimuskohteena on HS:n sisällöt ajanjaksolla 8.10.2018 – 8.10.2019. Tutkimusjakson aloituspäivämäärä on vuoden 2018 hallitusten välisen ilmastopaneelin IPCC:n ilmastoraportin julkistamispäivä. Ilmastokeskustelun kannalta tutkimusjaksoon ajoittuu mielenkiintoisia yhteiskunnallisia tapahtumia, kuten eduskunta- sekä EU-parlamenttivaalit, Suomen EU-puheenjohtajuus, kansalaisaloite lentoverosta sekä YK:n ilmastokokoukset. HS valikoitui tutkimuskohteeksi lukijamääränsä ja tavoitavuutensa vuoksi. Lehti lukeutuu Suomen päämedioihin, jota yhteiskunnalliset päättäjät, erilaiset edunvalvonta- ja vaikuttajajärjestöt, muut yhteiskunnalliset toimijat sekä muut mediat seuraavat kattavasti. Lehti myös nimitti vuodeksi 2019 ilmastokirjeenvaihtajan.</p> <p>Tutkimuksen teoreettinen kehys nojaa Nick Couldryn ja Andreas Heppin (2017) ajatuksiin medialisaatiosta ja Couldryn teoriaan median symbolisesta vallasta sekä McCombsin ja Shawn (1972) agenda setting -teoriaan. Nämä käsitteet auttavat ymmärtämään journalistisen työn vaikutusta sosiaalisen todellisuuden rakentumiseen, kun puhutaan lentämisestä ilmiönä ilmastonmuutosuutisoinnin yhteydessä. Tutkimuksessa käytetään sisällön määrällistä analyysiä muodostamaan kokonaiskuva Helsingin Sanomien aineistosta. Sisällön analyysillä selvitetään myös, kuka puhuu lentämisestä eri kehyksissä. Aineiston syvällisempään tarkasteluun käytetään kehysanalyysiä. Kehysanalyysin menetelmän selvitetään, miten lentämistä kehystetään, kun siitä puhutaan ilmastonmuutokseen yhteydessä ja miten kehukset ilmentävät lentämistä medialisoituneena ilmiönä.</p> <p>Tutkimusaineisto on kerätty lehdestä mediaseurantatyökalulla. Digitaalinen haku sekä sisällön kuratointi tuotti analysoitavaksi yhteensä 176 sisältöä. Analysoitavaksi on otettu koko lehdessä julkaistu materiaali, kuten mielipidekirjoitukset, kommentit ja blogit. Näin tutkimusaineisto kuvastaa kattavasti lehden koko sisältöä ja lentämisen esiintymistä HS:n julkaisualustalla, julkisessa tilassa. Tutkimus ei kata kuvia, kuvatekstejä tai grafiikkaa.</p> <p>Helsingin Sanomissa lentäminen suhteessa ilmastonmuutokseen kehystetään kolmella tavalla: poliittisen toiminnan, elämäntavan ja toiminnan muutoksen kehyksin. Kaikille kehyksille on yhteistä pyrkimys lentämisen ongelman ratkaisemiseen suhteessa ilmastonmuutoksen. Tutkimuksen perusteella vaikuttaa, että löytämäni kehukset lentämiseen ja ilmastonmuutokseen liittyvät ovat HS:n agenda settingiä ja näistä kehyksistä käsin lentämisestä halutaan kertoa lukijoille. Puhujina HS korostui toiminnan muutoksessa, poliittiset toimijat poliittisen toiminnan kehyksessä ja tiede ja tutkimus sekä yksityishenkilöt elämäntapa kehyksessä.</p> <p>Politiikan kehyksessä medialisaatio ja median agenda setting ilmeni vaalikoneiden, väittelyiden ja lukijoiden kohtaamisten kautta ja kaikista näistä tuotettiin sisältöä lehteen. Yhteiskunnan toimijat mukautuivat näin median toimintalogiikkaan ja median tuotti näistä sisältöä. Median luomilla narratiiveilla on merkitystä arjen todellisuuden rakentumisessa. Elämäntapa kehyksessä lentohäpeä liittyy medialisaation ajatukseen siitä, että media on resurssi tai referenssi. Toiminnan muutos kehyksessä HS nosti esille erilaisia yksilötason ratkaisuvaihtoehtoja päästöongelman suhteen, jotka toimivat mediavälitteisinä työtyönsä niin median kuin kansalaisten puolelta kohti poliitikkoja, joiden vastuulla on tehdä skaalautuvat päätökset ilmastonmuutoksen hillitsemiseksi.</p>			
Avainsanat – Nyckelord – Keywords lentäminen, ilmastonmuutos, medialisaatio, agenda setting, kehysanalyysi, sisällön määrällinen analyysi			
Ohjaaja tai ohjaajat –Handledare – Supervisor or supervisors Johanna Sumiala			
Säilytyspaikka – Förvaringställe – Where deposited Helsingin yliopiston kirjasto, Helsingfors universitets bibliotek, Helsinki University Library			
Muita tietoja – Övriga uppgifter – Additional information			

Sisällysluettelo

1. Johdanto	1
1.2 Aiemmat tutkimukset	6
1.2.1 Ilmastonmuutosuutisointi mediassa	6
1.2.2 Kuluttajien asenteet lentämistä kohtaan	9
2. Teoreettinen viitekehys	10
2.1 Sosiaalisen todellisuuden rakentuminen	11
2.2 Medioituminen ja medialisaatio	12
2.3 Median symbolinen valta	14
3.4 Agenda setting -teoria	15
3. Tutkimusmenetelmät	16
3.1 Sisällön määrällinen analyysi	16
3.2 Kehysanalyysi	17
4. Tutkimusaineiston kuvaus ja kehysanalyysi	20
4.1 Määrällinen yleiskatsaus aineistoon ja sisällön laadullinen kategorisointi	22
4.2 Lentämisen kehykset ilmastonmuutosta käsittelevissä sisällöissä	26
4.2.1 Poliittisen päätöksenteon kehys	28
4.2.2 Elämäntapa kehys	29
4.2.3 Toiminnan muutoksen kehys	33
4.3 Puhujat lentämisen eri kehyksissä	36
5. Lentäminen medialisoituneena ilmiönä	39
5.1 Poliittisen päätöksenteon kehys: Vaalikoneet, väittelyt ja kohtaamiset	39
5.2 Elämäntapa kehys: Elämäntapamme tuottaa lentohäpeää	41
5.3 Toiminnan muutoksen kehys: Käsitys omasta toimijuudesta	42

6. Johtopäätökset	45
7. Lähdeluettelo	49

1 Johdanto

Ilmastonmuutos on ihmiskunnan suurimpia haasteita. Se määrittää suhdettamme ympäristöömme, kulutuskäyttäytymiseemme ja elintapaamme. Se ei ole enää aihe, joka on puhtaasti vain ympäristöön tai tieteeseen liittyvä asia, vaan ilmastonmuutos läpäisee kaikki sosiaalisen elämän sfäärit aina taloudesta kulttuuriin. Parin viime vuosikymmenen aikana aihe on siirtynyt tiedeyhteisön huolesta koko ihmiskunnan kiireellisesti ratkaistavaksi poliittiseksi asiaksi.

Ilmasto- ja ympäristökysymykset liittyvät myös matkailuun, kun kuluttajat pohtivat matkustusvalintojaan ja niiden vaikutuksia ympäristöön. Matkailualalla tämä huomioidaan erilaisten tuotteiden ja palvelujen mainonnassa ja yritysten viestinnässä. Ellei ympäristöasioista kerrota eksplisiittisesti, on nämä asiat yleensä huomioitu yritysten yhteiskuntavastuussa. Kuluttajat ovat enenevässä määrin valveutuneita, ja useat heistä haluavat ottaa ilmastoasiat huomioon omassa arjessaan erilaisia valintoja tehdessä, eikä matkailu ole poikkeus.

Ilmastonmuutos on myös media-aihe, ja ilmastonmuutosta käsitellään myös mitä moninaisimmissa mediasisällöissä. Journalistiset sisällöt selittävät omalta osaltaan maailman tilaa ja muodostavat myös lukijoilleen kuvan maailmasta.

Tässä pro gradu -työssä tutkin, millä tavalla Helsingin Sanomat kehystää lentämistä ilmiönä ilmastonmuutosta koskevissa aineistoissa vuoden ajan, ajanjaksolla 8.10.2018 – 8.10.2019. Tutkimusjakson aloituspäivämäärä on vuoden 2018 hallitusten välisen ilmastopaneelin (The Intergovernmental Panel on Climate Change, IPCC) ilmastoraportin julkistamispäivä. Tarkoitukseni on tunnistaa, millaisia kehyksiä lentäminen saa sanomalehden aineistossa, miten kehykset ilmentävät lentämistä medialisoituneena ilmiönä ja kenen äänellä lentämisestä puhutaan. Viimeisin tutkimuskysymys nousi esiin tutustuttuani aineistoon. Lukijan mielipide -palstan kirjoitukset nousivat määrällisesti toiseksi suurimmaksi sisällöksi tutkimusajanjakson aikana. Tämä herätti kysymään, kenen äänellä lentämisestä puhutaan.

Aiheen valintaan vaikutti oma työni, sillä työskentelin tutkimusajankohtana ilmailualalla lentoyhtiön viestinnässä sosiaalisen median managerina. Raportin julkistamisen jälkeen keskustelu ilmastosta ja lentämisestä nousi lentoyhtiön sosiaalisen median kanavissa kokonaan uudelle tasolle. IPCC:n raportin jälkeen lentoyhtiön sosiaalisen median kanavissa keskustelevat halusivat tietää huomattavasti enemmän lentoyhtiön teoista päästöjen vähentämiseksi, päästölaskurista ja kompensointimahdollisuuksista kuin aiemmin. Myös lentämiseen kriittisesti suhtautuvat ja lentämistä vastustavat aktivoituivat, ja kritiikki koko toimialan olemassaoloa

kohtaan kasvoi. Ilmastokeskustelu oli tullut jäädäkseen. Saman ilmiön olin havainnut jo aiemmin lentoyhtiön Facebook-tilillä Ruotsissa.

Hallitusten välinen ilmastopaneeli on todennut, että ihmisen toiminta on aiheuttanut ilmaston lämpenemisen yhdellä asteella esiteollisen ajan tasosta. Muutoksen vaikutukset ovat nähtävissä maapallollamme muun muassa ääriämpötiloina, lisääntyneinä rankkasateina ja kuivuutena, merenpinnan nousemisena sekä biodiversiteetin vähenemisenä ja ekosysteemien katoamisena (IPCC 2018).

Tutkijat ovat laskeneet, että vuoteen 2050 mennessä koko ihmisen tuottama hiilidioksidikuorma voi olla maksimissaan 6 miljardia tonnia, mikäli tavoitteena on maapallon lämpötilan nousu vain 1,5 astella. Tämä tarkoittaa käytännössä sitä, että kokonaispäästöjen on oltava noin 85 prosenttia vuoden 2017 tasoa alhaisemmat. Mikäli tähtäämme siihen, että globaalien hiilidioksidipäästöjen tulee 30 vuoden päästä, vuonna 2050, olla korkeintaan 6 miljardia tonnia ja maailman väestöluku kasvaa 10 miljardiin, on henkilöä kohti laskettujen päästöjen oltava korkeintaan 600 kilo henkilöä kohti. Jos lukuja verrataan nykyteknologialla lentämiseen, Helsinki-Oulu lento veisi 22 prosenttia ja Helsinki-Wien lento 45 prosenttia henkilön vuosibudjetista vuonna 2050. (Niemistö & al. 2019, 48, 50.) Kansainvälinen ilmakuljetusliitto IATA ennakoi lentoliikenteen kaksinkertaistuvan seuraavan 20 vuoden kuluessa yhteensä 8,2 miljardiin lentomatkustajaan vuonna 2037 (IATA 2018).

Yllä mainitut luvut lentämisen päästöistä ja tulevaisuuden 1,5 asteen katosta antavat hyvän kuvan siitä, että lentämisen päästövaikutuksen täytyy pienentyä, mikäli lentäminen kasvaa, kuten IATA on ennustanut.

Ilmastonmuutoksen kannalta keskeinen haaste on lentoalan ennakoitu kasvu. Lentoliikenne on aiemmin kaksinkertaistunut noin viidentoista vuoden välein, mutta 2000-luvulla lentäminen on lisääntynyt vielä nopeammin. Kasvun odotetaan jatkuvan, sillä lentämisen arvioidaan vielä kaksinkertaistuvan nykyisestä tasostaan seuraavien kahdenkymmenen vuoden aikana. Siinä missä lentäminen on normaali osa monien suomalaisten ja muiden korkean elintason maiden asukkaiden elämän eri osa-alueita, globaalista näkökulmasta katsottuna ovat vaurastuvan kasvavan keskiluokan matkustaminen ja siihen liittyvät lentomatkat vasta ennakoidun kasvunsa alussa. Tämä heijastuu lentämisen ja koko lentoliikennetoimialan päästöihin. Ja vaikka lentojen keskimääräinen merkitys kasvihuonekaasupäästöissä onkin vielä pienehkö, niin jo nyt lentomatkat voivat olla suuressa roolissa yksittäisen kuluttajan aiheuttamissa vuotuisissa päästöissä. (Niemistö & al. 2019, 51.)

Lentoliikenteen päästöjen osuus Euroopan unionin alueen kasvihuonekaasupäästöistä on noin kolme prosenttia ja vastaavasti yli kaksi prosenttia globaaleista kasvihuonekaasupäästöistä (Niemistö & al. 2019, 47).

Lentäminen Suomessa on ollut kasvussa tutkimusajankohtana. Finavia, suomalainen lentoasemayhtiö, joka ylläpitää Suomen lentoasemaverkostoa, palveli vuonna 2018 lentoasemillaan lähes 25 miljoonaa matkustajaa, ja Helsinki-Vantaalla rikottiin ensimmäistä kertaa 20 miljoonan matkustajan raja (Finavia, 2019). Lentäminen jatkoi kasvua myös seuraavana vuonna. Vuosi 2019 oli vilkas, vaikka lentoliikenteen kasvu oli aiempia vuosia maltillisempi. Reitti- ja tilauslennnoilla lensi yhteensä 26 miljoonaa matkustajaa (+4,2 %) (Finavia, 2020).

Lentoliikenne on yksi merkittävistä teollisuudenaloista, joka vaikuttaa suoraan ja välillisesti niin sosiaaliseen kuin taloudelliseen hyvinvointiin globaalisti ja on vahvasti sidoksissa muihin toimialoihin. Tällä hetkellä ala nojaa vahvasti fossiiliseen polttoaineeseen, ja tästä syystä lentotoimiala on ollut voimakkaasti esillä, kun käydään keskustelua ilmastonmuutoksesta. Samansuuntaista päästövaikutusta on esimerkiksi vaateteollisuudella. Suomen muoti ja tekstiili ry:n mukaan tekstiiliteollisuuden osuuden on arvioitu olevan noin kaksi prosenttia globaaleista kasvihuonekaasupäästöistä (Suomen tekstiili ja muoti ry, 2020).

Lentoliikenne on herkkä talouden suhdannevaihteluille ja muille globaaleille tapahtumille ja ilmiöille. Lentoliikennettä ovat ohjanneet merkittävästi muun muassa taloustaantumet, syyskuun 11. päivän terroriteot vuonna 2001, Irakin sota, öljyn hinnan nousu, Islannin tuhkapilvi ja epidemiat eli laajat tartuntataudit (Vuola, 2012).

Vuoden 2020 alkuvuodesta alkanut koronapandemia on syössyt koko lentotoimialan ennennäkemättömään tilanteeseen, jollaista se ei ole kohdannut koko 100-vuotisen historiansa aikana. 40 prosenttia koko maailman lentokonekapasiteetista oli pysäköitynä huhtikuussa 2020 (IATA, 2020) ja HS uutisoi¹ 25.6.2020, että useat valtiot ovat lainoittaneet kriisiin joutuneita lentoyhtiötä maailman lentoliikenteen supistuessa merkittävästi.

Lentotoimiala on ensimmäinen toimiala, joka on asettanut globaalit päästötavoitteet. Kansainvälisen siviili-ilmailujärjestön ICAO:n jäsenvaltiot päättivät vuonna 2016 kansainvälisen lentoliikenteen hiilidioksidipäästöjen kasvun hyvittämiseen velvoittavan järjestelmän CORSIA:n (Carbon Offsetting and Reduction Scheme for International Aviation) toteuttamisesta. Sen avulla pyritään kansainvälisen lentoliikenteen hiilineutraaliin kasvuun vuodesta 2020 alkaen. Päästöjä pyritään vähentämään ensisijaisesti ilma-alusteknologian, vaihtoehtoisten kestävien

¹ <https://www.hs.fi/talous/art-2000006552719.html>

polttoaineiden sekä energiatehokkaan lentotoiminnan ja ilmatilan käytön avulla. Nämä keinot eivät lähitulevaisuudessa kuitenkaan ole riittäviä, joten tarvitaan myös markkinaehtoinen hyvitysjärjestelmä eli CORSIA. (Traficom.)

Lentämisen päästöjen kompensointi on verraten uutta. Päästökompensoinnilla tarkoitetaan, että lentomatkasta aiheutuneet kasvihuonekaasupäästöt voi hyvittää sitomalla vastaavan määrän johonkin hiilensitomisprojektiin. Kuluttajille on tarjolla erilaisia kompensointipalveluja kuten Atmosfair². Myös lentoyhtiöt ovat tarjonneet vastaavia palveluja. Finnair lanseerasi oman palvelunsa päästökompensointiin sekä biopolttoaineen ostomahdollisuuden kuluttajille 15.1.2019 (Finnair, 2019). Palvelu jouduttiin Poliisihallituksen rahankeräyslain tulkinnan jälkeen vetämään pois markkinoilta hieman yli vuoden käytössä olon jälkeen (Finnair, 2020).

Demokratian ja poliittisen päätöksenteon näkökulmasta tutkimusjaksoon osuu todellinen politiikan supervuosi. Tarkastelujakson aikana Suomessa käytiin kahdet vaalit, eduskuntavaalit 14.4.2019 ja europarlamenttivaalit 26.5. 2019. Ilmastomuutokseen liittyvät kysymykset ja Suomen pyrkimykset hiilineutraaliuteen ja hiilidioksidipäästöjen vähentämiseen sekä poliittisten puolueiden niihin liittyvät linjaukset nousivat yleiseen keskusteluun. Myös EU-tason ilmastotavoitteet ja -teot nousivat agendalle ja Suomi aloitti EU:n puheenjohtajana 1.7.2019.

Myös kansalaisvaikuttamisen ja lentämisen näkökulmasta vuosi oli merkittävä, sillä lentoverosta tehtiin kansalaisaloite 2.5.2019 (Kansalaisaloite, 2019). Aloite saavutti määräaikaan 2.11.2019 mennessä vaadittavat 50 000 ääntä ja se voi edetä eduskunnan käsittelyyn. Kaikkiaan 54 018 henkilöä kannatti aloitetta. Aloitteessa esitetään, että eduskunta ryhtyy lainvalmistelutoimenpiteisiin matkustajakohtaisen lentoveron säätämiseksi Suomessa. Lentoveroa koskevan lain valmistelussa tulee selvittää, voidaanko matkustajakohtaisen lentoveron suuruudessa ottaa huomioon erityyppisten lentojen ilmastovaikutukset ja voidaanko verotuottoja ohjata ympäristöpoliittisesti. Matkustajakohtaisen lentoveron tulee määräytyä siten, että sillä saavutetaan mahdollisimman tehokas ympäristöpoliittinen ohjausvaikutus. Lokakuussa 2020 kansalaisaloite oli edennyt verojaoston asiantuntijakuulemiseen (Eduskunta, 2020).

Elokuussa 2018 ruotsalainen koululainen Greta Thunberg antoi alkusysäyksen globaalille ympäristöliikkeelle. Hän osoitti mieltä Tukholmassa Ruotsin valtiopäivätalon edustalla saadakseen huomiota ilmastomuutokselle. Skolstrejk för klimatet -kampanjassaan hän oli pois koulusta, ja Thunbergin esimerkki käynnisti maailmanlaajuisen koululakkojen Fridays for

² www.atmosfair.de

Future -kansalaisliikkeen (Fridays for Future, 2020). Tutkimusajanjaksolle ajoittuu myös 23.9.2019 pidetty YK:n ilmastokokous, joka sai miljoonat ihmiset liikkeelle vaatimaan tehokkaampia ilmastotoimia. Suomen ilmastolakkoilun ”pääpäivä” oli perjantai 27.9.2019.

Kotimaisten kielten keskuksen (Kotus) sanatietokantaan lisättiin vuonna 2019 eri lähteistä vajaat kuusituhatta uutta tai muuten ajankohtaista sanaa. Yksi tietokantaan lisätyistä sanoista oli lentohäpeä, joka valikoitui Kotuksen kuukauden sanaksi heinäkuussa 2019 (Kotimaisten kielten keskus, A 2019). Lentohäpeä tarkoittaa häpeää, jota ihmiset tuntevat lentomatkailunsa aiheuttamista ympäristövaikutuksista. Sanan alkuperä on Ruotsista, jossa lentämistä vastustavat aloittivat termin flygskam käytön vuonna 2017. Myös sana ilmastolakko, mikä tarkoittaa päättäjiltä ilmastotekoja vaativien nuorten koulupäivän aikana järjestämiä mielenosoituksia, päättyi vuoden 2019 sanatietokantaan (Kotimaisten kielten keskus, B 2019). Sanat ovat mielenkiintoisia, sillä ne kertovat osaltaan vuoden tapahtumista ja ilmiöistä niin Suomessa kuin maailmalla.

Tämän pro gradu -työn tavoitteena on valaista,

- 1) millä tavalla lentämistä ilmiönä kehystetään Helsingin Sanomissa, kun lentämistä käsitellään ilmastomuutoksen yhteydessä,
- 2) miten kehukset ilmentävät lentämistä medialisoituneena ilmiönä
- 3) ja kenen äänellä lentämisestä puhutaan.

Helsingin Sanomat valikoitui tutkimuskohteeksi, koska se yksi Suomen päämedioista. Lehti julkaisi 23.9.2018 uutisen³, jossa kerrottiin, että lehti nimittää vuodeksi 2019 teemakirjeenvaihtajan, joka keskittyy vuoden ajan ilmastomuutokseen ja ympäristöön. Tämä aihepiiri oli valikoitunut toiveista, joita lehden lukijat olivat lehdelle esittäneet.

Tutkielman teoreettinen kehys nojaa vahvasti brittiläisen mediatutkijan Nick Couldryn ja Andreas Heppin (2017) ajatuksiin medialisaatiosta ja Couldryn teoriaan median symbolisesta vallasta sekä McCombsin ja Shawn (1972) agenda setting -teoriaan. Nämä käsitteet auttavat ymmärtämään median, tässä tutkielmassa journalistisen työn vaikutusta sosiaalisen todellisuuden rakentumiseen, kun puhutaan lentämisestä ilmiönä ilmastomuutosuutisoinnin yhteydessä.

Analyysimenetelminä käytän kehysanalyysiä sekä sisällön määrällistä analyysiä. Kehysanalyysin käsite pohjautuu sosiologi Erving Goffmanin (1986) teoriaan, miten kehukset järjestävät ja tekevät ympäröivän maailman ymmärrettäväksi. Kehys voidaan siten ymmärtää tiedon

³ <https://www.hs.fi/paivanlehti/23092018/art-2000005838272.html>

esittämistapana, ja kehyksen käsitteeseen liittyy voimakkaasti ajatus siitä, että jotkut näkökulmat valitaan ja toiset jäävät varjoon. Kehysanalyysiä käyttämällä saan selville, millaisia kehyksiä lentämisestä ilmiönä tuotetaan, ja pyrin vastaan tutkielman ensimmäiseen ja toiseen tutkimuskysymykseen.

Sisällön määrällistä analyysiä käytän laajahkon tutkimusaineiston luokitteluun ja vastaan kolmanteen tutkimuskysymykseen eli kenen äänellä lentämisestä ilmastomuutoksen yhteydessä puhutaan eri kehyksissä. Tässä nojaudun vahvasti Pertti Vehkaladen väitöskirja-artikkelissa (2017) käyttämään tapaan luokitella puhujat.

Tähän pro gradu -työhön ovat antaneet innoitusta ja inspiraatiota Oona Riitalan (2019) ja Taneli Hassisen (2018) pro gradu -työt sekä Pertti Vehkalahden (2017) väitöskirja.

1.2 Aiemmat tutkimukset

1.2.1 Ilmastomuutosuutisointi mediassa

Toukokuussa 2019 brittimedia The Guardian päivitti oman termistönsä ilmastomuutokseen liittyen. Lehti teki linjanvedon, että se tulee käyttämään termejä, jotka parhaiten kuvaavat tämänhetkistä ilmaston tilaa ja tilanteen vakavuutta. Ne ovat ilmaston hätätila, kriisi tai romahdus (*climate emergency, crisis or breakdown*). Ilmaston muutoksen ja lämpenemisen tilalla puhutaan ilmaston kuumenemisestä. Käyttämällä näitä termejä lehti haluaa varmistaa, että he ovat tieteellisen tarkkoja samalla kommunikoiden lukijoille selvästi aiheen kiireellisyyden. (The Guardian, 2019.)

Journalismi on mieltänyt itsensä maailman tapahtumien tulkitsejaksi, koska toimittajat työkseen valitsevat olennaiset asiat: tarkistavat, tulkitsevat, taustoittavat ja selittävät ne yleisölle. Ilman journalismia meidän on kansalaisina ja yksilöinä vaikea pysyä ajan tasalla ja ymmärtää maailman tapahtumia. (Seppänen ja Väliverronen 2013, 210-211.)

On tärkeää tutkia tiedotusvälineiden sisältöjä, sillä suuri yleisö saa suurimman osan tieteeseen liittyvistä tiedoistaan juuri tiedotusvälineiden kautta (Boykoff ja Boykoff 2004, viitattu Nelkin, 1987; Wilson, 1995). Boykoffit (2004, 125-136) tutkivat neljän arvovaltaisen yhdysvaltalaisen sanomalehden (New York Times, the Washington Post, the Los Angeles Times ja the Wall Street Journal) ilmastomuutosjuttuja. Heidän tutkimuksensa tuloksena oli, että lehdet olivat epäonnistuneet kuvaamaan ilmastomuutosta riittävän tehokkaalla tavalla, koska ne olivat noudattaneet tasapainoisen raportoinnin journalistista normia. Tasapainoisen raportoinnin vaade on antanut liikaa tilaa ja ääntä vähemmistölle, joka väittää, että ilmaston lämpeneminen ei ole tieteellisesti todistettavissa tai ettei se ole vakava asia.

Bennettin (1996, emt. mukaan 126) toimituksissa journalismin normeihin kuuluvat objektiivisuus, rehellisyys, tarkkuus ja tasapaino, minkä lisäksi journalistin työtä normittavat poliittiset (vallan vahtikoirana oleminen) ja taloudelliset normit (tehokkuus ja kannattavuus). Boykoffien (emt.) tutkimus osoitti, että on olemassa merkittävä ero siinä, mitä tiedeyhteisö sanoo ja mitä puolestaan lehtien jutut kertovat ihmisen toiminnan vaikutuksista ympäristöön sekä siitä, millaisia päätöksiä tarvitaan ilmaston lämpenemisen hillitsemiseksi. Tutkimuksessa ilmeni, että rakenteelliset tekijät, erityisesti tasapainon normi, on myötävaikuttanut ilmastonmuutoksen vääristyneeseen raportointiin neljässä edellä mainitussa sanomalehdessä. Tämä vääristymä tuottaa tutkijoiden mukaan diskurssiivisen ja poliittisen tilan, missä Yhdysvaltain hallitus voi vältellä vastuuta ja viivästyttää toimia ilmaston lämpenemisen hillitsemiseksi.

Castrechini, Pol ja Guàrdia-Olmos (2014, 213-220) tutkivat ympäristöasioiden representoimista kahdessa espanjalaisessa sanomalehdessä (Vanguardia ja El País) Rion 1992 ja Johannesburgin 2006 ympäristökokousten välisellä ajanjaksolla. Tutkimuksessa todettiin uutisten määrän kasvaminen sekä käsiteltyjen teemojen monipuolistuminen. Viimeisimpinä tutkimusajanjakson vuosina erityisesti kaupungistumisen liittyvät aiheet kasvoivat. Tulokset osoittavat myös, että ympäristöaiheiden tieteellisestä keskustelusta on siirrytty poliittiseen keskusteluun ja kohti ympäristökysymysten merkitysten pohdintaa ja niiden sosiaalisen painoarvon tunnustamista.

Yhdysvalloissa, Isossa-Britanniassa, Australiassa ja Saksassa tehdyt tutkimukset osoittavat, että joukkoviestimet - erityisesti televisio, sitten sanomalehdet ja yhä useammin Internet - ovat tärkeimmät lähteet, joista ihmiset saavat tietoa ilmastonmuutoksesta. Media on Carvalhon mukaan tärkeä areena ja tekijä ilmastonmuutoksen merkitysten tuotannossa, uusintamisessa ja muuttamisessa. Tietyt diskurssit, joita mediat vahvistavat, vaikuttavat voimakkaasti siihen, millaisia ongelmia sosiaalisen todellisuuden rakennetaan ja keille annetaan ääni. Siksi medioidut *media(ted)* diskurssit ovat avainasemassa sosiaalisessa elämässä, koska ne tekevät maailmasta ymmärrettävän ja mahdollistavat myös toiminnan. (Carvalho 2010, 172-179.)

Schäfer (2015, 853-859) on havainnut median ilmastonmuutosaiheisesta uutisoinnista seuraavaa: Median esitykset ilmastonmuutoksesta ovat relevantteja uutisaiheita maailmanlaajuisesti, ja median huomio ilmastonmuutoksen suhteen on lisääntynyt huomattavasti monissa maissa 2000-luvun puolivälistä lähtien. Median huomio ilmastonmuutokseen, kuten myös moniin muihin aiheisiin, vaihtelee voimakkaasti ajassa ja huipentuu usein tapahtumien ympärille, kuten hurrikaanien tai helleaaltojen yhteyteen, mutta myös kansainvälisten ilmastokonferenssien tai ilmaston tilaa koskevien julkaisujen, kuten IPCC:n raportin, julistuspäiviin (kts. myös Carvalho 2010, 175). Ilmastonmuutoksesta on

mediassa tullut yhä enemmän poliittinen, taloudellinen ja sosiaalinen kysymys. Aiheet, kuten poliittiset pyrkimykset kohti päästöjen vähentämistä koskevaa maailmanlaajuista sopimusta, vähähiiliseen yhteiskuntaan siirtymisestä aiheutuvat kustannukset kansantaloudelle tai humanitaariset ja turvallisuusvaikutukset, jotka liittyvät mahdollisesti voimistuviin luonnonvarakonflikteihin ja ilmastosta johtuvaan muuttoliikkeeseen, ovat yhä enemmän keskipisteessä, kun media käsittelee ilmastomuutosta. (Mt. 853-859.)

Vaikka ajankohta ja jossain määrin tapahtumien raportointi tapahtuvat kansainvälisesti melko samalla tavalla, ilmastomuutosuutisten aiheisältö maittain vaihtelee huomattavasti. Alankomaissa keskitytään enemmän teknisiin ratkaisuihin ”ekologisen modernisointikehityksen” teemalla ja ruotsalaiset tiedotusvälineet korostavat enemmän moraalisia ja ekologisia näkökohtia, kun taas medianäkyvyys Yhdysvalloissa ja Australiassa on voimakkaammin polarisoitunut. Näissä maissa tiedotusvälineissä mediatilaa saavat ilmastoskeptikot, jotka korostavat ja kiinnittävät huomion ilmastomuutoksen ”tieteelliseen epävarmuuteen”. (Schäfer 2015, 853-859, kts. myös Shehata ja Hoppman 2012, 176-178.)

Shehata ja Hoppman (2012, 180) havaitsivat ilmastomuutosuutisia tutkiessaan kolme ihmisen aiheuttaman ilmastomuutoksen kehityksen haastavaa kehystä: tieteellisen epävarmuuden kehys, eli tarvitaan lisää tutkimusta todentamaan ilmastomuutos, ja taloudellisten vaikutusten kehys, jonka mukaan ympäristölainsäädäntö uhkaa taloudellista kehitystä. Kolmas vastakehys näkee ilmaston lämpenemisen hyvänä niin elämänlaadun kuin maanviljelyn kannalta. Tämän kehityksen valossa ilmastotoimet eivät siis ole lainkaan tarpeellisia.

Shehata ja Hoppmann (2012, 176-178) vertailivat ilmastomuutosuutisia 10 vuoden ajalta yhdysvaltalaisen ja ruotsalaisten sanomalehtien välillä (New York Times, Washington Post, Dagens Nyheter ja Svenska Dagbladet). He havaitsivat, että molemmissa maissa media kehystää kansainväliset ilmastokokoukset samalla tavalla ja ilmastokokousuutisoinnissa tieteellisen epävarmuuden kehys puuttuu uutisoinnista kokonaan, erityisesti yhdysvaltalaisessa mediassa. Tämä oli selkeä ero verrattuna Boykoffien (2004) tutkimukseen. Tukijoiden mukaan ero selittyy sillä, että kansainvälisistä ilmastokokouksista raportointi ja rutiinuuutisointien, joita juuri Boykoffit tutkivat, kerrontatavoissa on erilaisuuksia, koska itse uutisen tilannekohtainen konteksti on hyvin erilainen.

Carvalho (2010, 174) pitää kiistattomana faktaa, että media on areena, josta kansalaiset ammentavat ymmärrystä politiikasta. Sillä on myös keskeinen asema kansalaisuuden käsitteen rakentumisessa ja siinä, mitkä ovat oikeuksia, velvollisuuksia ja kansalaisten poliittisen toiminnan mahdollisuudet. Median kyllästävässä ympäristössä käsitykset ja diskurssiiviset esitykset vallanjaosta, yksilöiden roolista demokratiassa ja kansalaistoiminnasta saavuttavat

meidät monien välineiden kautta. Nämä medioidut (*mediated*) diskurssit vaikuttavat myös kansalaisten omaan näkemykseen omasta paikasta ja käsitykseen omasta toimijuudesta myös ilmastonmuutokseen liittyvissä kysymyksissä.

1.2.2 Kuluttajien asenteet lentämistä kohtaan

Vuonna 2014 tehtiin ensimmäinen vertaileva tutkimus eurooppalaisten kuluttajien asenteista lentämistä kohtaan (Higham et al. 2014, 462-475). Tutkimus kuvasi kuluttajien asenteita, jotka liittyvät vapaa-ajan lentomatkailuun ja ilmastonmuutokseen. Norjassa, Saksassa ja Isossa-Britanniassa tehty tutkimus vahvisti, että lentomatkailu on syvään juurtunut tapa. Kaikissa kolmessa maassa kuluttajat olivat huolestuneita ilmastosta, mutta kokivat oman panoksensa ilmastonmuutoksen hillitsemiseksi merkityksettöminä ja niihin liittyi epävarmuutta. Lentomatkustuksessa mukavuus, kustannukset ja elämäntyyli olivat ensisijaisia ja ilmastonäkökulma on näille alisteinen. Kuluttajien näkemykset ratkaisuvaihtoehdoista vaihtelivat maittain: norjalaiset kuluttajat painottivat eniten yksilön vastuuta, saksalaiset valtion ja teollisuuden investointeja vähäpäästöiseen tekniikkaan ja britit maailmanlaajuisia päästöjä vähentäviä sopimuksia.

Henriikka Kilpinen (2019) teki Vastuullisen matkailun portaat -hankkeen toimeksiantona kvantitatiivisen kyselytutkimuksen Haaga-Helia ammattikorkeakoulun opinnäytetyönä lokamarraskuun vaihteessa 2019. Sen tarkoituksena oli selvittää, kokevatko suomalaiset lentohäpeää, onko lentohäpeä vaikuttanut suomalaisten matkustusvalintoihin ja ovatko suomalaiset hyvittäneet hiilidioksidipäästöjään päästöhyvityksin.

Tuloksista ilmeni, etteivät tutkimukseen vastanneet suomalaiset kokeneet suuremmin lentohäpeää. Suurin osa ei ollut vähentänyt lentämistä lentohäpeän ja ilmastosyiden seurauksena. Myöskään lentomatkustuksesta aiheutuvat päästöt eivät vaikuttaneet suurimman osan vastaajista matkustuspäätöksiin, eikä suurin osa vastanneista kompensoinut vapaa-ajan lentomatkojen päästöjään.

Saman Vastuullisen matkailun portaat -hankkeen toimeksiantona Riikka Ojala (2019) teki kvantitatiivisen kyselytutkimuksen suomalaisten vuosina 1982-2000 syntyneiden milleniaalien tietoisuudesta lentämisen ympäristövaikutuksista sekä asenteista lentomatkustamista kohtaan. Tutkimus osoitti, että milleniaalit olivat huolissaan lentämisen vaikutuksesta ilmastoon, mutta vain joskus huoli linkittyi omaan lentämiseen. Kun milleniaaleilta kysyttiin, mitkä tekijät vaikuttavat ilmastoystävällisemmän matkustustavan valintaan, oli tiedotusvälineillä eniten valtaa.

2 Teoreettinen viitekehys

Media on vahvasti läsnä pitkälle kehittyneissä länsimaisissa yhteiskunnissa, eikä yhteiskuntia voi ymmärtää ottamatta huomioon mediaa ja sen roolia yhteiskunnallisessa vuorovaikutuksessa. Siksi voimme Seppäsen ja Väliwerrosen (2013) mukaan puhua mediayhteiskunnasta. Kun puhtaasti mediasta tässä kontekstissa, se on yhtä aikaa viestintäteknologiaa, sisältöjä, niiden tuottamista ja käyttöä sekä vuorovaikutusta toisten ihmisten kanssa. Yhteiskunnan toimijat, kuten yritykset, puolueet, hallinto ja kansalaisjärjestöt, toimivat strategisesti vuorovaikutuksessa median kanssa. Siksi media ei ole vain ikkuna maailmaan, vaan määrittelykamppailujen kenttä, jossa lukuisat yhteiskunnalliset toimijat kilpailevat siitä, kenen todellisuus voittaa. (Mt. 10.)

Median tärkeyttä yhteiskunnallisille toimijoille voidaan kuvata kolmella tavalla (Kunelius, Noppari ja Reunanen 2009, 350-351): Mediassa määritellään ajankohtaisia asioita ja niitä koskevia käsityksiä, joilla on vaikutuksia yhteiskunnallisiin toimijoihin, heidän asemaansa tai toimintaedellytyksiinsä. Toiseksi, media vaikuttaa osaltaan yhteiskunnallisista toimijoista muodostuviin mielikuviin, joilla on vaikutusta toimintaedellytyksiin. Ja kolmanneksi, yhteiskunnan eri organisaatiot tarvitsevat mediaa omaan yhteydenpitoonsa sidosryhmiin tai niin kutsuttuun suureen yleisöön.

Yochai Benkler (2006) on kutsunut 2000-luvun mediamaisemaa hybridiksi mediaekologiaksi: kaupalliset ja ei-kaupalliset, ammattilaiset ja amatöörit, yritykset ja yhteisöt, valtionhallinto ja kansalaisaktivismi kohtaavat ja vaikuttavat toisiinsa mediavälitteisen viestinnän keinoin.

Seuraavissa alaluvuissa käsitelen tälle tutkielmalle keskeiset viestintäteoriat. Työn teoriapohja nojaa vahvasti mediatutkija Nick Couldryn ja Andreas Heppin näkemyksiin medialisaatiosta sekä Couldryn teoriaan median symbolisesta vallasta. Nämä käsitteet auttavat ymmärtämään median, tässä tutkielmassa journalistisen työn vaikutusta sosiaalisen todellisuuden rakentumiseen, kun puhutaan lentämisestä ilmastonmuutosuutisoinnin yhteydessä. Yksin lehdessä julkaistut sisällöt eivät tätä todellisuutta tuota, vaan ne ovat osa monimutkaista sosiaalisen todellisuuden rakentumisen prosessia yhdessä muiden yhteiskunnallisten toimijoiden vaikuttimien kanssa.

Kuten tuonnempana selviää, medialisaation käsitteeseen liittyy voimakkaasti transformaation käsite. Ilmastomuutos itsessään on maailmanlaajuinen, valtava ihmiskuntaa koskettava muutos, mikä vaikuttaa väistämättä kaikkiin toimialoihin ja koko ihmiskuntaan globaalisti. Tässä suuressa muutoksessa on media omanlaisensa muutosagentti, jonka tuottamalla ja levittämällä sisällöillä on vaikutusta yhteiskunnalliseen keskusteluun, poliittiseen

päätöksentekoon ja yksilöiden kulutusvalintoihin ja siihen, miten tärkeäksi aiheeksi ilmastonmuutos ja sen hillitsemiseksi tehtävä työ muotoutuu niin yksilöiden, yhteisöiden ja yhteiskunnan osalta.

2.1 Sosiaalisen todellisuuden rakentuminen

Mediaesitykset ovat jaettua todellisuutta ja on yhteiskunnallisesti merkittävää, että ihmiset kokevat mediaesitykset suunnilleen samalla tavalla. Mediaesityksissä on säännönmukaisuuksia, järjestyksiä ja kaikille yhteisiä merkityksiä. Ihmisten jakamat merkitykset ovat keskinen yhteisöjä ja koko yhteiskuntaa koossa pitävä voima. Rakentamalla, toistamalla ja ylläpitämällä yhteistä symbolista todellisuutta media asettuu osaksi yhteiskuntaa ja tarjoaa samalla kokijoilleen pääsyn jaettujen merkitysten äärelle. (Seppänen ja Väliaverronen 2013, 16.)

Media on yhteisöllisyyden rakentamisen paikka kolmessa mielessä. Ensinnäkin mediaesitykset sitovat ihmisiä yhteen nojautumalla monimutkaisiin psyykkisiin prosesseihin, ja näin mediatapahtumat ja -rituaalit, uutiset ja mainokset edistävät yhteisöllisyyden rakentumista. Toiseksi media tarjoaa välineen vuorovaikutukselle eri alustojen kautta, ja kolmanneksi mediateknologian kuluttaminen liittyy ihmisiä osaksi brändiheimoja. (Seppänen ja Väliaverronen 2013, 123.)

Kuviteltu yhteisö on Benedict Anderssonin (2007, Seppäsen ja Väliaverronen 2013 mukaan, 114-118) luoma käsite, jonka mukaan yhteisöt, joiden keskinäinen sidos perustuu muuhun kuin kasvokkaiseen vuorovaikutukseen, voidaan kutsua kuvitelluiksi yhteisöiksi. Nyky-yhteiskunnassa media on keino ylläpitää, kutsua esiin ja rakentaa yhteisöllisyyttä. Anderssonille kuvitellut yhteisöt ovat yhteiskunnallinen tosiasia ja tietoisuuden muoto, jonka ylläpitämiseksi tarvitaan erilaisia merkkijärjestelmiä ja kuvastoja. Kuvitellut yhteisöt ovat osa ihmisen kokemusmaailmaa, ne ovat yhtä todellisia kuin kasvokkaiset, eikä näin ole ollut vain nyky-yhteiskuntien mediankuluttajille, vaan myös ihmisille historiallisesti vanhemmilla aikakausilla.

Couldry ja Heppin (2017, 31) mukaan viestinnän rooli prosessina sosiaalisen todellisuuden rakentajana voidaan ymmärtää tasoina, joista ensimmäisenä ovat viestinnälliset teot (esim. käsky tai kysymys) ja toisena kommunikatiiviset käytännöt (esim. keskustelut). Kolmas ja neljäs taso koskevat, miten sosiaalinen maailma on rakentunut kommunikatiivisista käytännöistä. Näillä tasoilla keskinäissuhteet ovat strukturoituja. Kolmannella tasolla viestinnän muodot (*forms*) ovat sulautuneet useisiin muihin käytäntöihin ja toimiin. Ylimmällä, neljännellä tasolla operoivat kaavat (*patterns*), joista toiset ovat vahvempia kuin toiset. Erilaiset instituutiot,

kuten koulutusjärjestelmä tai media, ovat avainasemassa lujittamassa viestinnällisten tekojen eri painoarvoa ja kokonaisvaikutusta institutionaalisella tasolla.

Kaikki nämä viestinnän muodot, joilla on eri kompleksisuuden taso, ovat sosiaalisen rakentamisen prosesseja. Merkityksellinen sosiaalinen maailma on rakentunut viestinnällisistä teoista median välityksellä. Couldry ja Hepp määrittelevät median teknisinä viestintävälineinä, mitkä institutionalisoivat viestinnän ja joilla on aina kaksi ulottuvuutta: sisällön ja esineen. Tästä syystä mediat eivät ole neutraaleja viestintäpaikkoja. Ne ovat vaihe viestinnän muovaamisessa. Sosiaalisen maailman rakentaminen ja sosiaalinen todellisuus muuttuu mediavälitteisessä maailmassa, ja kaikki mediavälitteinen viestintä saa meidät liikkumaan ajassa ja paikassa – translokaatio vie meidät pelkästä tässä ja nyt -tilasta kurkistamaan tilaa siellä ja nyt. (Mt. 32-33.)

Couldry (2009) on kuvaillut mediaa eräänlaiseksi yhteiskunnan kuvitteelliseksi keskipisteeksi, johon kaikki muu yhteiskunnassa peilautuu tavalla tai toisella. Hänen mielestään ei voida vielä todeta, että media olisi menettämässä asemaansa yhteiskunnan kuvitteellisena keskuksena, vaikka paljon puhutaan median ja yleisöjen pirstaloitumisesta taloudellisteknologisen kehityksen takia, ajassa, jossa median tuottajat ja kuluttajat ovat usein sama henkilö, ja ammatillisen ja amatööriin tuottama mediasisältö eivät ole niin kaukana toisistaan. Jotkut tutkijat väittävät, että uudet kollaboratiiviset viestinnän keinot ajavat perinteiset mediat vetämään viimeisiä henkitoreitaan. Couldry toteaa, että perinteistä mediaa haastetaan ja ne kohtaavat uusia haasteita legitiimiydelleen, mutta yhteiskunnassa vaikuttavat kuitenkin monet kehityskulut, jotka torjuvat mediainstituutioiden romahtamisen. Media on areena, jossa markkinapohjainen fragmentaatio ja edelleen jatkuva keskittyminen kamppailevat.

2.2 Medioituminen ja medialisaatio

Yleisesti medioitumisen käsitteellä viestintätutkimuksessa tarkastellaan arjen medioitumista ja miten mediavälitteisyys vaikuttaa ja muokkaa kulttuuria ja yhteiskuntaa. Medioituminen tarkoittaa niin mediasisältöjen kuluttamista, yhteydenpitoa mediavälitteisesti kuin myös uuden mediateknologian hankkimista, sekä myös sitä, miten yhteiskunnan instituutiot ja niiden toiminnot ovat riippuvaisia viestinnästä ja mediasta.

Medioitumisen käsitteestä ovat tutkijat erottaneet kaksi puolta: medioituminen (*mediation*), joka tarkoittaa siirtymistä välitettyyn kommunikaatioon ja medialisoituminen (*medialization*, *mediatization*), mikä puolestaan viittaa viestintävälineiden eli median lisääntyneeseen merkitykseen arjessa. Tällä jaottelulla on haluttu erottaa välitön, teknisesti välitetty

kommunikaatio ja joukkoviestintien tai muiden instituutioiden yleinen vaikutus (Herkman 2011, 23).

Mediatutkijoiden keskuudessa terminologia ja se mitä, käsitteet tarkoittavat on vaihdellut ja myös niiden käsitteellinen rajakin on ollut varsin häilyvä (Sumiala 2010, 112-114).

Englanninkielinen terminologia ja *mediatization* käsitteenä vakiintui 2010-luvulla (Ampuja, Koivisto, Väliverronen, 2014, 23). Tässä työssä käytän sanaa medialisoituminen termin *mediatization* suomennoksena ja käytän käsitteitä, kuten Johanna Sumiala (2010, 112-114) on tulkinnut: medialisaatio edellyttää aina medioitumista. Medioituminen tarkoittaa tässä työssä kommunikaation mediavälitteisyyttä, ja medialisaatio taas sitä, miten median oma toimintalogiikka vaikuttaa ja muovaa kulttuuria ja yhteiskuntaa. Merkittävä ero medioitumisen ja medialisoitumisen käsitteiden välillä on se, että medialisoitumisen käsite painottaa muutosta (Couldry ja Hepp, 2013, 197).

Lundbyn (2014, 8-9) mukaan medialisoituminen on ikään kuin avainkäsite, jonka avulla mediatutkijat yrittävät hahmottaa median muuttuvaa roolia ja merkitystä yhteiskunnassa ja kulttuurissa. Medialisoituminen käsitteenä tarkastelee sosiokulttuurisia muutoksia, jotka liittyvät mediapohjaiseen viestintään. Media käsitetään tässä kontekstissa kulttuurisen ja sosiaalisen muutoksen agenttina. Medialisoituminen voidaan myös ymmärtää yhtenä aikakautemme suurista muutosprosesseista, kuten globalisaatio, kaupallistuminen ja yksilöityminen. (Kts. myös Hjarvard 2014, 125.)

Medialisaatiotutkimuksessa voidaan Couldryn ja Heppin (2013, 197) mukaan erottaa kaksi traditiota: institutionaalinen ja sosio-konstruktivistinen perinne. Ensimmäisen mukaan media ymmärretään enimmäkseen itsenäiseksi sosiaalisesti instituutioksi, jolla on oma toimintalogiikkansa, johon muiden toimijoiden täytyy sopeutua, jotta voivat toimia menestyksekkäästi yhteiskunnassa. Jälkimmäinen, medialisaation sosio-konstruktivistinen perinteen fokuksessa on erityisesti se, miten median erityispiirteet vaikuttavat kokonaisprosessiin, jossa sosiokulttuurinen todellisuus rakentuu. Tämän työ käsitys medialisaatiosta perustuu jälkimmäiseen tapaan.

Couldry ja Hepp (2017) tiivistävät teoksensa nimessä *The Mediated Construction of Reality* näkökulmansa medialisaatioon. Koko sosiaalinen todellisuutemme on medioitunut, eli se on mediavälitteistä kaikilla sosiaalisen elämän eri tasoilla. Kaikki viestinnälliset ja sosiaaliset prosessit muuttuvat alati uusien viestintäteknologioiden myötä, joista olemme yhä enenevässä määrin riippuvaisia. Nämä muutokset ovat kompleksisia, eivätkä ne noudata yhtä tiettyä logiikkaa. Siksi medialisaatio on parempi ymmärtää erilaisina mahdollisina tapoina, joilla sosiaalinen todellisuutemme muuntuu ja vakautuu jatkuvassa palautevirrassa.

Coldryn ja Hepp (mt. 6-7) viittaavat 60- ja 70-luvuilla tunnettuun sosiologian teokseen, Bergerin ja Luckmannin *The Social Contruction of Reality* (1966), jossa ei käsitellä juuri nimeksikään teknologiavälitteistä mediaympäristöä. Heidän 60-lukulaisesta näkökulmastaan media on vain ikkuna johonkin kaukaiseen, viihteelliseen maailmaan, johon uppoudumme vapaa-ajalla. Sosiologit eivät ottaneet huomioon, että median esittämillä narratiiveilla on tärkeä osa ihmisten arjen todellisuuden rakentamisessa.

Couldyn ja Heppin mukaan sosiaalinen ympäristömme on perustavanlaatuisesti kutoutunut yhteen median kanssa. Tästä syystä emme voi erottaa kasvokkain tapahtuvaa tai median tai viestintäteknologioiden välityksellä tapahtuvaa viestintää toisistaan. Vaikka teemme asioita ilman median välitystä, käytäntöjemme horisontti on sosiaalinen maailma, jolle media on keskeinen referenssi tai resurssi. (Mt. 15-16.)

2.3 Median symbolinen valta

Couldryn (2012, 36) mukaan tunnusomaista medialle on sen symbolinen valta. Se vaikuttaa yhteiskuntaan laajemmin kuin muut vallan muodot, kuten esimerkiksi taloudellinen valta, koska symbolinen valta rakentaa sosiaalista todellisuutta ja se vaikuttaa asioiden esittämiseen. Yhteiskunnassa median symbolinen valta ei siis vaikuta pelkästään siihen, mitä teemme, vaan myös kykyymme kuvailla ympärillä olevaa todellisuutta. Jos symbolinen valta on jakautunut epätasaisesti, sillä on vääristäviä vaikutuksia sosiaaliseen todellisuuteen sekä ihmisten toimijuuteen.

On hyvä huomata, että ei pelkästään media, vaan yhteiskunnan muut instituutiot, kuten uskonto ja valtiot, käyttävät symbolista valtaa.

Couldry selventää, että tällainen käsitys symbolisesta vallasta on luonteenomainen Pierre Bourdieun sosiologialle. Bourdieulaisessa hengessä sosiaalisen todellisuuden rakentamisessa on kyse kategorioista (*modes of ordering*), joita käytetään tarpeeksi säännönmukaisesti ja laaja-alaisesti niin, että niitä aletaan pitää universaaleina. Media ei luo yhtenäistä kuvaa maailmasta, vaan tekee tietyistä ulottuvuuksista, kategorioista ja faktoista luonnollisempia kuin muista vaihtoehtoisista näkemyksistä. Näin jäljelle jää ikään kuin oletettu, ”luonnollinen” tapa ja ymmärrys arjen toiminnasta, ja muut ulottuvuudet jäävät näkymättömiin. Näin median symbolinen valta myötävaikuttaa sosiaalisen todellisen rakentumiseen omalla luonnostaan jakavalla luonteellaan. Huomion arvoista on myös se, ettei kaikilla ole tasa-arvoista pääsyä tai valtaa representoida. Tällä on vaikutusta käsitykseen omasta toimijuudesta ja sen rajoista. (Mt. 35-39.)

Median vallan ydin on sen kyky luoda yhteisöllisyyttä. Se perustuu median kykyyn keskittää itseensä symboleja, joiden avulla se kykenee liittämään katsojia ja lukijoita yhteisesti jaettuun sosiaaliseen maailmaan – kyvystä keskittää, muokata ja käyttää kulttuurisia voimavaroja. Symbolisen vallan keskittymänä media vaikuttaa siihen, miten toimimme yhteisönä ja yhteisössä, mutta myös siihen, miten kykenemme kuvaamaan ja ymmärtämään meitä ympäröivän yhteisön luonnetta. Median symbolinen valta aktivoituu siinä, mitä tunnistamme maailmassa, mitä pidämme luonnollisena ja itsestään selvänä. Samalla vahvistamme, ehkä tiedostamattakin, käsityksiä kulttuurin sisäisistä järjestyksistä ja sekä siitä, että medialla on keskeinen rooli ja merkitys kulttuuristen järjestysten luojana, rakentajana ja ylläpitäjänä. Ellemme seuraa mediaa, tunnemme, että jäämme paitsi jostakin oleellisesta. (Sumiala 2010, 91-92, 145.)

2.4 Agenda setting -teoria

1970-luvulla McCombsin ja Shawn (1972) kehittelmää median agenda setting -teoriaa pidetään viestinnän tutkimuksessa edelleen merkityksellisenä. Tämän teorian mukaan medialla on kyky määrittää sitä, mitä julkisuudessa puhutaan, eli media antaa ikään kuin esityslistan (public agenda). Uutisaiheiden valitsemisessa ja esittämisessä medialla on tärkeä rooli todellisuuden rakentamisessa. Yleisö ei ainoastaan saa tietoa, vaan myös käsityksen siitä, millainen painoarvo uutisella on median tekemän aiheen asemoinnin kautta.

Agenda setting -teoriassa on kyse siitä, kuka hallitsee julkista keskustelua: mitkä aiheet ovat esillä ja milloin, mitkä asiat koetaan tärkeäksi sekä millaisten käsitteiden avulla ja minkälaisissa yhteyksissä asioita käsitellään (Kunelius, Noppari, Reunanen 2009, 51). Tämä vaikuttaa siihen, mistä ihmiset puhuvat ja mistä asioista heillä ylipäättään on mielipiteitä. Media ei siis määrää, millä tavalla ihmiset ajattelevat joistakin asioista, mutta se vaikuttaa siihen, mistä asioista ylipäättään ajatellaan jotain (Nieminen, Pantti, 2004, 164). Toisin sanoen, ihmiset pyrkivät kiinnittämään enemmän huomiota kysymyksiin, joita tiedotusvälineet ovat käsitelleet laajasti.

Kun media määrittelee uutisagendan tärkeimmiksi kokemistaan asioista, samalla se valikoi tietolähteet ja haastateltavat, eli määrittelee, ketkä pääsevät ääneen ja muodostamaan yleisestä keskustelua.

3 Tutkimusmenetelmät

Tässä luvussa perehdytän lukijat käyttämäni menetelmien teoreettisen taustan ja soveltuvuuden tutkimusongelmaan. Tutkielmassa käytän sisällön määrällistä analyysiä muodostaakseni kokonaiskuvan Helsingin Sanomien aineistosta muodostamieni luokkien, vuoden kulun kuin myös lehden osastojen perusteella. Sisällön analyysillä selvitän myös, kuka puhuu lentämisestä ilmastonmuutoksen yhteydessä eri kehyksissä.

Aineiston syvällisempään tarkasteluun käytän kehysanalyysiä. Kehysanalyysin menetelmin selvitän, miten lentämistä kehystetään, kun siitä puhutaan ilmastonmuutokseen yhteydessä ja miten kehykset ilmentävät lentämistä medialisoituneena ilmiönä.

3.1 Sisällön määrällinen analyysi

Viestinnän tutkimuksen saralla Bernard Berelsonin (1952, 18) määritelmä sisällön määrällisestä analyysistä menetelmänä on ehkä tunnetuin ja toistetuin: ”viestinnän ilmisisällön objektiivista, systemaattista ja määrällistä kuvailua varten soveltuva tutkimustekniikka”.

Sisällön erittely teoksessaan (1973, 93) Veikko Pietilä on kuvaillut, että tutkimuksessa, jossa pyritään kuvaamaan jonkin dokumenttijoukon sisältöä, pyritään rakentamaan sellainen malli, joka esittää tutkittavaa sisältöä supistetummassa ja yleisemmässä muodossa. Sisällöstä voidaan erottaa monia ja monenlaisia eri ilmiöitä, ominaisuuksia ja piirteitä. Pietilä toteaa, että valinta kuvattavien ja kuvauksen ulkopuolelle jäävien ilmiöiden, ominaisuuksien ja piirteiden välillä riippuu tutkijasta itsestään ja siitä, mikä hänen tutkimusongelmansa täsmällisesti ottaen on.

Aineistoon on menetelmän avulla mahdollista saada tiivis ja selkeä yleiskuva tutkittavaan ilmiöön, ja aineiston pääpiirteiden esille saamista voidaan pitää menetelmän vahvuutena. Yksinkertaisimmillaan aineistosta määritellään luokkia ja lasketaan, montako kertaa luokka esiintyy aineistossa. (Tuomi & Sarajärvi 2004, 105.)

Luokittelu on melko yksinkertainen tapa, mutta sitä kautta aineistosta saa yleiskuvan, johon myöhemmät analyysit voidaan suhteuttaa. Yleiskuvan hahmottamisen jälkeen on myös helpompi havaita ne kohdat, jotka poikkeavat kuvasta eli pistävät silmään. (Vehkalahti 2017, 82-83, 86.)

Tämän tutkielman aineisto on suhteellisen laaja, yhteensä 176 artikkelia. Suurestakin aineistomassasta saa paremman otteen järjestämällä ja luokittelemalla sen erilaisten sisältömuuttujien avulla. Tehdyistä ratkaisuksista kerron tarkemmin luvussa neljä.

Pekka Vehkalahti (2015, 90) on käyttänyt sisällön määrällistä analyysiä artikkeleista koostuvassa väitöskirjatutkimuksessaan, kun hän tutki lehtikirjoittelua Fennovoiman ydinvoimalahankkeessa ja selvitti, minkä verran eri ryhmät esiintyivät puhujina lehtien sivuilla. Haluan myös selvittää puhujat omasta aineistosta mielipidekirjoitusten määrän innoittamana. Puhujien luokittelussa nojaankin vahvasti Vehkalahden (2017, 85, 165) tekemiin ratkaisuihin. Tästä tarkemmin luvussa 4.3.

3.2 Kehysanalyysi

Kehysanalyysin käsite pohjautuu sosiologi Erving Goffmanin (1986) teoriaan, miten kehykset järjestävät ja tekevät ympäröivän maailman ymmärrettäväksi. Kehys voidaan siten ymmärtää tiedon esittämistapana. Kehykseen käsitteenä liittyy voimakkaasti ajatus siitä, että jotkut näkökulmat valitaan ja toiset jäävät varjoon. Erilaisilla kehyksillä voi olla erilaisia vaikutuksia vastaanottajaan, jotka voivat olla yksilöitä, ryhmiä tai yhteiskuntia.

Käsitteen tieteenfilosofinen perusta on sosiaalinen konstruktionismi eli näkemys todellisuudesta sosiaalisesti ja yhteiskunnallisesti rakentuneena. Toimiessaan maailmassa ihmiset tuottavat erilaisia versioita todellisuudesta: todellisuutta ei voi kuvailla puhtaan objektiivisesti, vaan sitä koskeva kuvaus kertoo aina myös kuvaajastaan ja siitä kulttuurista, jossa hän toimii. Ajallisesti kehysanalyysin ilmaantuminen sijoittuu kriittis-kulturalistisen mediatutkimuksen nousuun, ja se on osa kulttuurintutkimuksellista traditiota. Kriittisessä kulttuurintutkimuksessa viestintää tarkastellaan merkitysten tuottamisen näkökulmasta. Journalismia pidetään merkityskamppailun areenana, joten keskeisiä ovat kysymykset eriarvoisuudesta, vallasta ja asioiden poliittisuudesta. (Vehkalahti 2017, 87.)

Kehystämisprosessin määritelmässä painotetaan kehysten osuutta merkityksen sosiaalisessa konstruktiossa, johon osallistuvat sekä mediakehysten tuottajat että kuluttajat. Nisbetin (2009, 47) mukaan kehystämiseen liittyy aina valinta, ja näin esimerkiksi journalistin suosimat merkitykset vaikuttavat yleisön taipumuksiin, mitkä puolestaan muokkaavat heidän mielipiteitään ja päätöksiään.

Gamsonin ja Modigliani (1989) mukaan kehykset antavat monimutkaiselle aiheelle tiettyjä ulottuvuuksia, joilla on suurempi ilmeinen merkitys kuin samoilla ulottuvuuksilla vaihtoehtoisessa kehyksessä. Yleisö käyttää kehyksiä tulkintapaketteina (*interpretative schema*) aiheen ymmärtämiseksi ja siitä keskustelemiseksi.

Median kehukset linkittävät yleisön mentaaliset pisteet. Ne ehdottavat yhteyksiä kahden käsitteen, asian tai aiheen välillä niin, että yleisö voi hyväksyä tai ainakin olla tietoinen asioiden välisestä yhteydestä. Aihe on mediassa kehystetty hyvin, kun se solahtaa ja sopii osaksi jo olemassa olevaa päättelyketjua tietyn yleisön keskuudessa. Vaihtoehtoisesti, jos kehys ei luo merkityksellisiä tai ymmärrettäviä asiayhteyksiä, viesti todennäköisesti jätetään huomioimatta tai siitä puuttuu henkilökohtainen merkitys. (Scheufele & Tewksbury, 2007.)

Vaikka tietty kehys ei takaa tiettyä vaikutusta vastaanottajan ajattelussa automaattisesti, on sillä todennäköisesti saman tyyppisiä vaikutuksia suuren osaan yleisöstä etenkin, jos tietyt kehukset toistuvat runsaasti ajan kuluessa (Scheufele 1999, 105). Kehystäminen ja asioiden esittäminen uutisissa ja joukkoviestinnässä voi täten systemaattisesti vaikuttaa siihen, kuinka uutisten yleisö ymmärtää tapahtumat (Vehkalahti 2017, 88).

Entmanin (1993, 52) mukaan kehystämiseen liittyy aina valintaa ja ensisijaisuutta, ja ne voivat olla joko tietoisia tai tiedostamattomia. Kehystämisessä valitaan tietyt aspektit vallitsevasta todellisuudesta ja tehdään ne korostuneemmiksi tavalla, joka edistää tietyn tapaista ongelman määrittelyä, tulkintaa, moraalista arviota ja mahdollista ratkaisuvaihtoehtoa asialle.

Entman toteaa, että kehystämistä tapahtuu kommunikaatiossa neljällä tasolla: 1) viestijä tekee tietoisien tai tiedostamattoman kehystämispäätöksen tuottaessaan viestin, 2) teksti sisältää avainsanoja, jotka vahvistavat arvoasetelmia tai käsityksiä, 3) kehukset voivat heijastaa tai olla heijastamatta vastaanottajan ajatusmaailma ja 4) kulttuurin yhteisesti tuottamat kehukset.

Kehyksen käsite liittyy journalistiseen työhön. Journalismin näkökulmasta kehystämällä tarkoitetaan valintojen ja muokkauksen prosessia, jonka avulla mediaesityksiä tuotetaan. Kehys on organisoiva idea, jonka avulla toimittajat tulkitsevat tiettyä tapahtumaa tai ilmiötä. Tässä mielessä kehys ohjaa sekä ajattelua että toimintaa. Journalistinen kulttuuri on historian kuluessa muodostunut kokonaisuus, johon sisältyvät ammatilliset normit, sosiaaliset toimintasäännöt sekä tavat valikoida ja muokata erilaisia asioita ja tapahtumia journalistisiksi esityksiksi. (Väliaverron 2007, 51.)

Kehystämisen käsite auttaa hahmottamaan, miten mediaesitysten tuottaminen sisältää monia erilaisia – tietoisia ja tiedostamattomia – valintoja (Seppänen ja Väliaverron 2013, 104). Uutinen ei siis ole vain kuva todellisuudesta, vaan yksi tulkinta, joka myös samalla rakentaa todellisuutta. Kehyksen käsitettä käyttävät journalismin tutkijat korostavat journalismin luonnetta ”rakennettuna todellisuutena”. Uutisen tekemisen näkökulmasta on siis hyvä muistaa, että uutiset ja niiden tuottamisen liittyvät prosessit ja tavat eivät ole neutraaleja, vaan sisältävät aina valintaa.

Journalismin tutkimuksessa kehysanalyysiä on käytetty seuraavin empiirisin tavoittein: 1) journalistisesta sisällöstä tunnistetaan kehyksiä, 2) tutkitaan, miten kehykset toimivat todellisuuden tulkinnan välineinä, 3) selvitetään, miten kehykset vuorovaikuttavat yksilön aiemman tietämyksen kanssa ja 4) miten kehystäminen muokkaa yhteiskunnallisen tason prosesseja, kuten julkista mielipidettä tai keskustelua. (D'Angelo, 2002, 873.)

Omassa empiirisessä työssäni keskityn erityisesti ensimmäinen ja viimeiseen kohtaan eli tarkoitukseni on tunnistaa erilaiset lentämiseen liittyvät kehykset ja tarkastella, miten lentämisestä ilmiönä puhutaan Helsingin Sanomien sisällöissä ilmastonmuutoksen yhteydessä. Koska lehdellä on suuri lukijamäärä ja tavoitavuus Suomessa, on se media, jota myös yhteiskunnalliset päättäjät, erilaiset edunvalvonta- ja vaikuttajajärjestöt sekä muut yhteiskunnalliset toimijat seuraavat kattavasti.

Ei siis ole merkityksetöntä, millaisia kehyksiä mediassa esiintyy. Kehystäminen on yksi osoitus median vallasta määritellä julkisuuden puheenaiheista, ja tästä syystä monet yhteiskunnalliset toimijat yrittävät saada omat kehyksensä läpi mediassa. Symbolisen pääoman hankkiminen on yhteiskunnallisten valtakamppailujen ydintä ja monin tavoin riippuvainen mediajulkisuudesta. Kamppailu yhteiskunnallisista muutoksista on myös taistelua merkityksistä, jonka aseina ovat erilaiset representaatiot, kuten kuvalliset tai sanalliset metaforat. Erityisen vahva keino on metafora, jonka avulla voidaan rinnastaa kaksi erillistä asiaa ja siirtää ominaisuuksia toiselle. Ne ovat avoimia ja näennäisesti monitulkintaisia, ja niiden voima perustuu metaforien kykyyn tiivistää merkityksiä ja saada ihmisten tunteet liikkeelle (Seppänen ja Väliverronen 2013, 99).

Kehysten avulla havainnoimme, tunnistamme ja nimeämme asioita. Ei vain media, vaan myös muut yhteiskunnalliset toimijat pyrkivät kehystämään asioita omasta näkökulmastaan. Siksi kehystamisellä on myös poliittista merkitystä ja yhteiskunnallisia seurauksia. (Seppänen ja Väliverronen 2013, 98.)

Kehysanalyysin avulla saan tutkimusaineistosta selville laajemmat näkökulmat, joiden kautta lentämisestä puhutaan ilmiönä ilmastonmuutoksen yhteydessä.

4 Tutkimusaineiston kuvaus ja analyysi

Tutkin Helsingin Sanomien sisältöjä vuoden jaksolla aikavälillä 8.10.2018 – 8.10.2019. Niihin kuuluvat kaikki Helsingin Sanomat digitaalisen haun piiriin kuuluvat liitteet, kuten Kuukausiliite ja Nyt.fi. Aloituspäivämääräksi valitsin IPCC:n vuoden 2018 ilmastoraportin julkaisupäivän 8.10.2018.

Tutkimuskohteeksi olen valinnut Helsingin Sanomien ilmastonmuutosta käsittelevät sisällöt, joissa mainitaan lentäminen. Lukijamääränsä ja tavoittavuutensa vuoksi Helsingin Sanomat lukeutuu kiistatta Suomen päämedioihin. Se on myös media, jota yhteiskunnalliset päättäjät, erilaiset edunvalvonta- ja vaikuttajajärjestöt, muut yhteiskunnalliset toimijat sekä muut mediat seuraavat kattavasti myös pääkaupunkiseudun ulkopuolella (Wiio 2006, 23; Kunelius, Noppari, Reunanen 2009, 266-267). Lehden periaatelinjassa painottuu kansanvalta, oikeudenmukaisuus ja mielipiteenvapaus (Hujanen 2000, 24).

Helsingin Sanomat kuvailee itseään laatujournalismin edelläkävijänä. Lehden mukaan sillä on ainutlaatuinen ja läheinen lukijasuhde, ja lukijat kuluttavat sisältöä monipuolisesti, säännöllisesti ja syvällisesti. Painetun lehden lukijat viettävät päivittäin Helsingin Sanomien parissa noin tunnin ja digitaalisen sisällön parissa puoli tuntia. (Helsingin Sanomat B, uutismedia.)

Helsingin Sanomien verkkopalvelu HS.fi:n vahvuudeksi kerrotaan jatkuvasti päivittyvä ja laadukas journalistinen taso sekä taustoittavat, monitahoiset artikkelit. Myös verkkopalvelu koetaan erittäin luotettavaksi uutispalveluksi. (Helsingin Sanomat A, digiratkaisut.)

Kansallisen mediatutkimuksen (KMT 2018) luvut osoittavat, että Helsingin Sanomat on suurin suomalainen sanomalehti, jonka painetun lehden ja digiviikkojulkaisun kokonaistavoittavuus oli keskimäärin 1,7 miljoonaa henkilöä viikossa.

Finnish Internet Audience Measurement (FIAM 2019) tuottaa Suomen viralliset digitaalisten yleisöjen luvut sivustoista ja sovelluksista. Marraskuussa 2019 Helsingin Sanomien digitaalinen tavoitettavuus oli 3 413 826 henkilöä.

Helsingin Sanomien laajan vaikuttavuuden ja tavoittavuuden lisäksi tutkimuskohteen valintaan vaikutti teemakirjeenvaihtajan, ilmastokirjeenvaihtajan valinta. Helsingin Sanomat julkaisi 23.9.2018⁴ uutisen, jossa kerrottiin, että lehti tulisi nimittämään vuodeksi 2019

⁴ <https://www.hs.fi/ulkomaat/art-2000005838272.html>

teemakirjeenvaihtajan, joka keskittyi yhden vuoden ajan ilmastonmuutokseen ja ympäristöön. Aihepiiri valikoitui toiveista, joita lehden lukijat olivat lehdelle esittäneet.

Vastaava päätoimittaja Kaius Niemi kertoo uutisessa, että kyseessä on toinen kerta, kun HS kokeilee teemakirjeenvaihtajuutta, mikä perustuu jatkuvaan yhteydenpitoon lukijoiden kanssa. Lehden saama palaute oli ollut myönteistä. ”Ensimmäinen teemakirjeenvaihtajamme Heikki Aittokoski on katsonut kuluvana vuonna (2018) kanssanne tulevaisuuteen. Seuraavaksi keskitymme aikamme suurimpaan kysymykseen, ilmastonmuutokseen”, Niemi kertoi uutisessa. HS:n Ilmastokirjeenvaihtaja Piia Elonen seurasi vuoden 2019 ajan ilmastoa ja ympäristöä Suomessa ja ulkomailla.

Tutkimusaineisto on kerätty Helsingin Sanomista Meltwaterin mediaseurantatyökalulla hakukriteereillä: ilmasto* AND (lento* OR lentäm*) aikavälillä 8.10.2018 – 8.10.2019. Haku tuotti 256 osumaa. Kävin nämä 256 sisältöä läpi seuraavin kriteerein: sisällössä käsitellään ilmastonmuutosta ja siinä puhutaan kaupallisesta lentämisestä ja lentoliikenteestä. Aineistosta poistin ne sisällöt, joissa sisällön konteksti ja asiasanahaut eivät vastanneet tutkimusaihetta. Poistetuissa sisällöissä puhuttiin ilmastoinnista, ilmastosta yleensä, lentoasemasta toisessa kontekstissa tai vain kursorisesti mainiten. Poistetut sisällöt on merkitty aineistotaulukkoon.

Aineistoon olen lisännyt kaikkiaan kahdeksan asiasanahaun ulkopuolelle jäänyttä sisältöä. Kolme niistä oli saatavilla vain lehden tilaajille ja huomasin ne aineistoa läpikäydessä eri juttuihin upotettujen linkitysten kautta. Olen myös lisännyt aineistoon kolme Lukijan mielipide - palstalla julkaistua lentämiseen liittyvää mielipidekirjoitusta sekä Matka-palstan sisällön, koska ne sisällölliset puhuvat kaupallisesta lentämisestä ja hiilidioksidipäästöistä ilman, että niissä mainitaan toista hakukriteeriä ilmasto*. Yksi STT:n politiikan uutinen on myös lisätty aineistoon manuaalisesti. Kaikkiaan viisi sisältöä tulivat esille linkitysten avulla. Kaikki manuaalisesti lisätyt sisällöt on merkitty aineistotaulukkoon.

Kaikkiaan digitaalinen haku sekä sisällön kuratointi tuotti analysoitavaksi yhteensä 176 sisältöä. Huolellisen aineiston läpikäynnin jälkeen aineisto koostuu kaikista tärkeimmistä asiasisällöistä, joita Helsingin Sanomat on tutkimusaiheestani vuoden aikana julkaissut, vaikka mediaseurannan haku ei automaattisesti sisältänyt kaikkia sisältöjä. Aineisto on mielestäni kattava. Haun ja kuratoinnin luotettavuus on riittävä, sillä sisällöt pystyvät kattavasti kertomaan aiheen kehystämisestä Helsingin Sanomien sisällöissä vuoden ajalta.

Olen jättänyt tutkimuksen ulkopuolelle sisältöjen kuvat, kuvatekstit ja grafiikat, vaikka myös niiden tutkiminen rikastuttaisi tutkimusaineistoa ja analysoimiseen voidaan käyttää

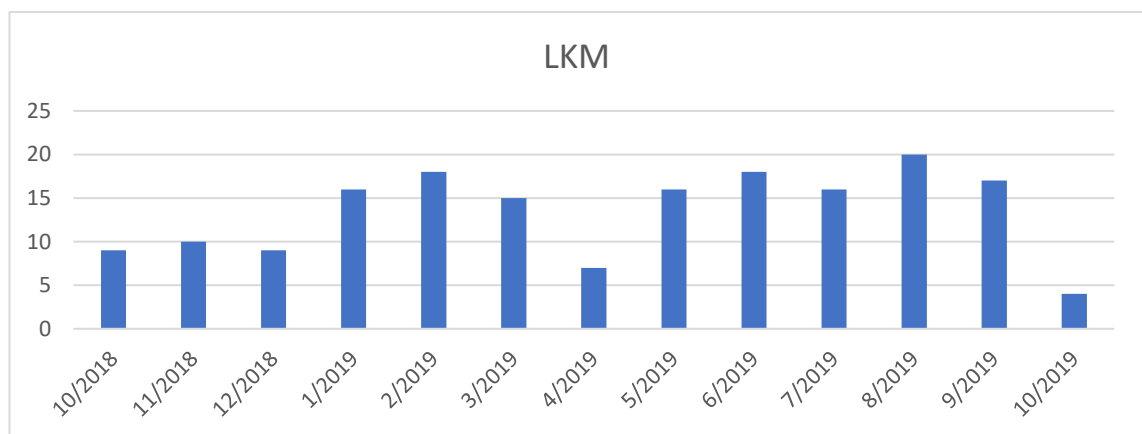
kehysanalyysia. Tutkielman laajuus olisi kuitenkin kasvanut huomattavasti, eikä se olisi vastannut pro gradu -tutkielmalle asetettuja rajoja.

Puhun tutkimuksen yhteydessä sisällöistä mieluummin kuin uutisjutuista. Tämä johtuu siitä, että olen ottanut tutkimukseen mukaan kaiken lehdessä julkaistun materiaalin, myös Lukijan mielipide -palstan, Vieraskynä-kirjoitukset, toimituksen kommentit ja blogit sekä toimituksen ulkopuolisten kirjoittajien kolumnit. Pidän relevanttina ottaa mukaan kaikki sisällöt, ei pelkästään uutisaineistoa, sillä näin tutkimusaineisto on paljon rikkaampi ja kuvastaa kattavammin Helsingin Sanomien koko sisältöä ja lentämisen esiintymistä Helsingin Sanomien julkaisualustalla, julkisessa tilassa. Myös toimitukseen nimitetty ilmastokirjeenvaihtaja lisää mielenkiintoa ottaa koko sisältö mukaan, sillä aineisto rikastui myös ilmastokirjeenvaihtajan blogeilla.

Lukijoiden lehteen toimittamat Lukijan mielipiteet sekä Vieraskynä-kirjoitukset ovat läpäisseet läpi toimituksellisen seulan tullakseen julkaistuiksi. Kaikkia toimitukseen saapuvia mielipidekirjoituksia ei luonnollisestikaan julkaista, vaan HS:n toimitus valikoi ja toimittaa lukijoiden kirjoittamat puheenvuorot (Helsingin Sanomat C, 2020).

4.1 Määrällinen yleiskatsaus aineistoon ja sisällön laadullinen kategorisointi

Analysoitavaksi kertyi kaikkiaan 176 sisältöä, jotka ovat jakautuneet tutkimusjaksolla kuukausitasolla alla olevan graafin mukaisesti. On hyvä huomata, että tutkimusjakson ensimmäinen ja viimeinen kuukausi eivät ole täysiä kuukausia.



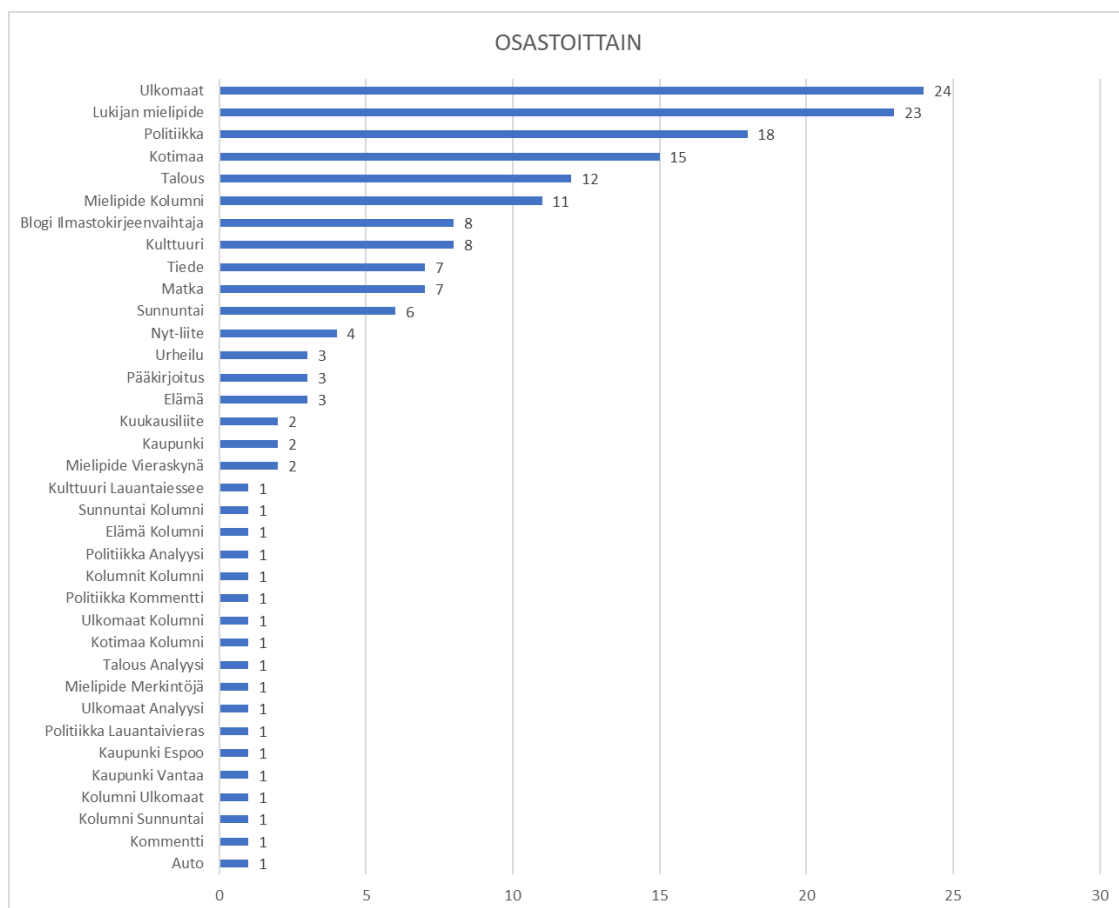
Graafi 1. Helsingin Sanomien lentämistä ja ilmastomuutosta koskevien sisältöjen jakautuminen kuukausittain tutkimusjaksolla 8.10.2018 – 8.10.2019.

Tutkimusjakson aikana käytiin Suomessa kahdet vaalit, eduskuntavaalit 14.4.2019 ja europarlamenttivaalit 26.5.2019. Ilmastomuutokseen liittyvät kysymykset ja Suomen

pyrkimykset hiilineutraaliuteen ja hiilidioksidipäästöjen vähentämiseen sekä poliittisten puolueiden niihin liittyvät linjaukset nousivat yleiseen keskusteluun. Myös kansalaiset olivat aktiivisia, sillä lentoverosta tehtiin kansalaisaloite vaalien välissä 2.5.2019. Myös EU-tason ilmastotavoitteet ja -teot nousivat agendalle ja Suomi aloitti EU:n puheenjohtajamaana 1.7.2019. Ajanjaksolle ajoittuu myös 23.9.2019 pidetty YK:n ilmastokokous, joka sai miljoonat ihmiset ympäri maailmaa liikkeelle vaatimaan tehokkaampia ilmastotoimia. Suomen ilmastolakkoilun ”pääpäivä” oli perjantai 27.9.2019.

Kuukausittaisessa jakaumassa voidaan nähdä, että vuonna 2019 lentämistä käsitellään selvästi enemmän kuin loppuvuonna 2018. Ainoa poikkeuskuukausi aiheen suht’ tasaisesta käsittelystä vuonna 2019 oli huhtikuu.

Lehden oman osastoluokituksen mukaan ilmastomuutokseen ja lentämiseen liittyviä sisältöjä löytyi eniten Ulkomaat-, Lukijan mielipide-, Poliitiikka- ja Kotimaa-osastoilta. Itselleni oli hienoinen yllätys, että Lukijan mielipide -palstan sisällöt nousivat määrällisesti toiseksi suurimmaksi osastoksi. Lehden osastoluokittelu ei kuitenkaan kerro, mistä näkökulmista lentämistä käsitellään.



Graafi 2. Helsingin Sanomien lentämistä ja ilmastomuutosta koskevien sisältöjen jakautuminen osastoittain tutkimusjaksolla 8.10.2018 -8.10.2019.

Läpikäytyäni aineiston jaottelin sen karkeasti eri luokkiin aihealueittain, jotta saisin käsityksen laajemmista sisältökokonaisuuksista. Luokkien määrittely oli suhteellisen helppoa ja valtaosa sisällöistä oli vaivatonta kategorisoida. Kolmen laajemman sisällön omaavan artikkelin kanssa jouduin pohtimaan tarkemmin kategorisointia. Suluissa ovat aiheet, joiden perusteella olen jaotellut sisällön luokkaansa. Aineiston otsikko ja ingressi ohjasivat usein luokittelua, mutta ei kuitenkaan aina.

Luokittelu avaa sisältöjä ja selvittää, millaisissa teemoissa lentämistä käsiteltiin Helsingin Sanomissa.

Sisältöluokat ovat:

1. Lentoliikenne (alan uutiset ja teot, matkustajamäärän kehitys, hinnoittelu, kanta-asiakasjärjestelmä)
2. Ilmastopolitiikka (lentovero, kansalliset ja EU:n päästötavoitteet, kansallinen ja kansainvälinen lainsäädäntö)
3. Kuluttajan valinta (lentämisen lopettaminen/jatkaminen, kuluttajan erilaiset ratkaisut)
4. Matkailu (kohteet, vaihtoehtoiset liikennemuodot lentämiselle, liikennemuotojen vertailu)
5. Lentorahti ja kytkökset toiseen toimialaan (lentämisen vaikutukset ja sidonnaisuus muihin toimialoihin, verkkokauppa, lentämällä tuodut tuotteet)
6. Kompensaatio (lentämisen päästöjen kompensointi henkilökohtaisella tai institutionaalisella tasolla)

Tutkijan luomat sisältöluokat	Määrä
1. Lentoliikenne	35
2. Ilmastopolitiikka	44
3. Kuluttajan valinta	40
4. Matkailu	37
5. Lentorahti ja kytkökset toiseen toimialaan	8
6. Kompensaatio	12
Yhteensä	176

Taulukko 1. Helsingin Sanomien lentämistä ja ilmastonmuutosta koskevat sisällöt luokiteltuina.

Tässä esimerkkejä tekemistäni luokittelusta:

Luokittelin kolumnin ”Odotan junabuumin toista tulemistä”⁵ kuluttajan valintaan enkä matkailuun, koska tekstissä oli päädytty selvä tekemään valinta liikennemuotojen välillä ja toteutettu matka lentämisen sijaan junalla.

Kotimaan uutinen otsikolla ”Suomen maakuntalentolasemat kituuttavat Helsinki-Vantaan tulojen varassa, mutta miksi Lapin ja Turun kentät kukoistavat?”⁶ päättyi lentoliikenteen luokkaan. Uutisessa selvitettiin kotimaan lentoverkostoa ja niiden taloudellisia toimintamahdollisuuksia.

Lentämistä käsiteltiin kaikista eniten, 44 sisällön verran, Ilmastopolitiikka-luokassa, mikä vaali- ja EU-puheenjohtajuusvuotena oli ymmärrettävää ja ennakoitavissakin. Luokkaa dominoi selvästi lentovero, jonka asettamiseksi tarvitaan poliittinen päätös. Vaaliteemaisissa sisällöissä kysyttiin poliittisten puolueiden kantoja lentoveroon, aihe tuli esille puheenjohtajien haastatteluissa kuin myös lehden juttusarjassa, jossa kaksi vastakkaisen ajatusmaailman omaavaa lukijaa laitettiin istumaan saman pöydän ääreen keskustelemaan keskenään HS:n Suomi puhuu -päivänä 30.3.2019. Yhtenä keskustelupohjan väittämänä oli ”Autoilua, lihan syömistä ja lentämistä pitäisi verottaa nykyistä ankarammin ilmaston takia.” Myös sisällöt, jotka koskivat esimerkiksi kansainvälisiä sopimuksia lentokerosiinin verottomuudesta, kuuluvat tähän luokkaan.

Kuluttajan valinta -luokkaan sijoitin 40 sisältöä, jossa kuluttaja tai toimittaja oli tehnyt selkeän valinnan olla lentämättä tai oli valinnut lentämisen. Tähän luokkaan tulivat myös erilaiset suosituksia ja ohjeita sisältävät sisällöt ja ylipäänsä kulutus- ja elintapoihin liittyvät muutokset, kuten ruokaan ja lasten hankkimiseen liittyvät valinnat ilmastönäkökulmasta.

Matkailu-luokkaan sijoitin 37 sisältöä. Niissä esillä olivat matkailualan menestykset ja vaikeudet, kuten lumeton alkutalvi 2018 Lapissa, jolloin Lapland kuvailtiin brittilehdistössä Craplandiksi, ja suomalaisten erilaiset tavat matkustaa harrastematkailusta aina yksinmatkailuun. Tässä luokassa on myös sisältöjä, joissa vertaillaan eri matkustusmuotoja, mutta näissä sisällöissä ei tehty valintaa tietyn matkustustavan eduksi.

Lentoliikenne-luokka koostuu 35 sisällöstä, joiden aiheina olivat lentoliikennetoimialan tapahtumat, lentoyhtiöiden uutiset, lentoliikenteen kasvu sekä alan tulevaisuuden vaihtoehdot, kuten sähkölentäminen. Sisällöt, joissa verrataan lentoliikenteen päästöjä toiseen toimialaan, sijoituivat tähän luokkaan.

⁵ <https://www.hs.fi/mielipide/art-2000005964450.html>

⁶ <https://www.hs.fi/kotimaa/art-2000006265222.html>

Kompensaatio-luokkaan sijoitin kaikki 12 sisältöä, joissa pääaiheena oli lentämisen päästöjen kompensointi. Sisällöissä oli mukana niin yksittäisten kuluttajien ja lehden toimittajan ratkaisut kuin myös Suomen EU-puheenjohtajamaana tekemät kompensoinnit.

Lehtorahti ja kytkös toiseen toimialaan -luokassa on kahdeksan sisältöä, joissa viitataan lentorahtiin tai lentämisen kytköksestä toiseen toimialaan kuten verkkokauppaliiketoimintaan.

Sisällön luokittelu auttoi minua hahmottamaan aiheet, joihin lentäminen lehden sisällöissä liittyy. Luokittelu on laadullista, ja joku toinen tutkija voi päätyä toisenlaisiin sisältöluokkiin. Kuten aiemmin jo kuvailin, otsikko ja ingressi ohjasivat usein luokittelua, mutta ei kuitenkaan aina. Karkea luokittelu auttoi myös eteenpäin kehysanalyysin tekemisessä. Sisällön analyysiin palaan vielä uudestaan tuonnempana, kun etsin vastausta tutkimuskysymykseeni, kenen äänellä lentämisestä puhutaan. Mielenkiito sen selvittämiseen nousi aineistosta: Lukijan mielipide -palstan kirjoitukset nousivat määrällisesti toiseksi suurimmaksi sisällöksi tutkimusajanjakson aikana.

4.2 Lentämisen kehykset ilmastonmuutosta käsittelevissä sisällöissä

Edellisessä luvussa esittelemiini sisältöluokkiin verrattuna kehykset ovat paljon laajempia kokonaisuuksia. Kehyksen sisällä voidaan myös käsitellä useampia sisältöluokkia saman kehyksen sisällä, ja osittain kehykset voivat olla myös limittäisiä. Kehysanalyysin avulla vastaan tutkimuskysymykseeni, millaisia kehyksiä lentäminen saa Helsingin Sanomissa ilmastonmuutoksesta puhuttaessa vuoden tutkimusjaksolla lokakuusta 2018 vuoden 2019 lokakuulle.

Kun aineistosta halutaan löytää käytännössä ilmeneviä tyypillisiä tapoja, joilla jotain asiaa käsitellään, on perusteltua tutkia sitä kehysanalyysin keinoin (Vehkalahti 2007, 100.) Kehykset määrittelevät ilmiön, sen syyt ja seuraukset eri tavoin (Väliaverron 1996, 107–108).

Rakensin kehysanalyysistä havaintomatriisin Vehkalahti (2017, 102) ja Väliaverron (1996, 113) esimerkkien mukaan ja Vehkalahtea mukaillen etsin aineistosta erilaisia kehystämismenetelmiä eli avainsanoja, esimerkkejä, fraaseja, käsitteitä ja metaforia.

Tavoitteenani oli pelkistää lentäminen, kun sitä käsitellään ilmastonmuutoksen yhteydessä, laajemmaksi kokonaisuudeksi muutamien kattavien kehysten sisään. Tiivistin tulokset kolmeen erilaiseen kehykseen, joissa lentäminen rakentuu kussakin eri tavoin.

Kehykset ovat:

- 1) poliittisen päätöksenteon kehys

- 2) elämäntavan kehys
- 3) toiminnan muutoksen kehys

Aineistossa oli 33 sisältöä (19 prosenttia koko aineistosta), jotka eivät mahtuneet näihin kehyksiin ja ne jätetään tässä tutkimuksessa käsittelemättä.

	Poliittisen päätöksenteon kehys	Elämäntapa kehys	Toiminnan muutos kehys
Avainsanat	päästötavoite, ilmastopoliittinen sopimus, lentopolttoainevero, lentovero, kansalaisaloite	Kulutustottumus, elämäntapa, vaivattomuus, muu kuluttaminen, verkkokauppa	kompensointi, lentämättä jättäminen, junamatkustus, päästöjen vertailu
Esimerkit	poliittisten puolueiden suhtautuminen lentoveroon vaihtelee	tiedostetaan päästöt, mutta lennetään; aika ja raha - kysymys, lentojen ostaminen on helppoa, kiireinen elämänrytmi	downshiftaaminen, matkalla oleminen
Fraasit	Kulutustottumukset ja muut yksilön valinnat ovat toki merkityksellisiä, mutta isoja yhteiskunnallisia muutoksia tehdään virkamiesten ja poliitikkojen voimin	Miksi meiltä yksittäisiltä kansalaisilta vaaditaan niin paljon? Yksilön kulutustottumukset harvoin muuttuvat vapaaehtoisesti	Onko lentämisen välttäminen oikeasti ekologista, vaivan arvoista ja kallista?
Käsitteet	skaalautuvuus, hiilineutraalius, poliittinen päätöksenteko kansallisesti, EU:ssa ja globaalilla tasolla	lentohäpeä, halpalento, lomamatkustus, ulkomaan matkailu,	Anekauppa, maatapitkin matkustaminen, lentolakko, ilmastoahdistus
Metaforat	Siinä ammutaan jalkaan omaa hyvinvointia ja suomalaisten liikkuvuutta	Lentäminen on kivaa ja helppoa. Se saa tuntemaan itsensä maailmankansalaiseksi.	Lentäminen on kuin heidän ilmastopaastonsa suklaa: se ryöväää valtaosan heidän hiilibudjetistaan.
Perusongelma	Kuka päättää toimista lentoliikenteen päästöjen vähentämiseksi	Suomalaiset matkustavat paljon lentokoneella	Matkustuksen hiilijalanjälkeä halutaan pienentää, haluttomuus saastuttaa
Ongelman syy	Fossiilisen polttoaineen käyttö, lentoliikenteen kasvu	Maantieteellisen sijainnin takia lentokone on loogisin kulkuväline ulkomaanmatkalle	Liikkuminen aiheuttaa päästöjä
Seuraukset	Päästöjen kasvu, ilmastomuutos ei hidastu, ilmastotavoitetta ei saavuteta	Kulutamme yli maapallon varojen, henkilökohtaisen hiilijalanjäljen suuruus	Kun haluaa matkustaa, se täytyy tehdä toisin kuin lentämällä, lentomatkojen kompensointi
Ratkaisut	Poliittinen päätös, kansallinen tai EU-tasoinen päätöksenteko	Elämäntavan/kuluttamisen kohtuullistaminen, lentämisen vähentäminen	lentämisen kompensatio, matkustuksen uudet tavat, maata pitkin matkustaminen, junamatkailu, lentolakko
Moraaliset arvoasetelmat	Vähän lentävät kannattavat lentoveroa, autottomien mielestä ruuhkamaksu on hyvä idea. Poliittisen yksimielisyyden saavuttaminen voi osoittautua vaikeaksi.	Miten media voi kirjoittaa huolestuneeseen sävyyn ilmastomuutoksesta mutta julkaista lentoyhtiöiden mainoksia?	Lentämättä jättävät säästävät omilla uhrauksillaan ihmiskunnan jäljellä olevaa "hiilibudjettia", jota paljon lentävät sitten ilmaiseksi käyttävät.

Taulukko 2: Lentämisen kehysten analyysimatriisi.

Kehykset olivat havaittavissa aineistoista hyvinkin selkeästi. Joku toinen tutkija mahdollisesti nimeäisi ne toisella tavalla, mutta päädyin näihin ja mielestäni ne kuvaavat hyvin lentämisen ja ilmastomuutoksen suhdetta. Kehykset myös osittain risteävät keskenään. Ohjenuorana näihin kehyksiin sijoittamisessa pidin sitä, että toiminnan muutos -kehykseen sijoittuivat sellaiset sisällöt, joissa oli tehty jonkinlainen konkreettinen päätös henkilön tai yhteisön toimista lentämisen suhteen.

Poliittisessa toiminnassakin on kyse toiminnan muutoksesta, mutta kyse on silloin lainsäädännöstä ja poliittisista päätöksistä, ja aineistosta nousi oma luonteva ja hyvin selkeä kehys. Aineistot, jotka käsittelevät kansalaisaloitetta lentoverosta, sijoitin poliittisen päätöksenteon kehykseen. Toinen tutkija mahdollisesti sijoittaisi ne kansalaisyhteiskunnasta kumpuavana toiminnan muutokseen.

Seuraavissa alaluvuissa käyn läpi jokaisen kehyksen.

4.2.1 Poliittisen päätöksenteon kehys

Ilmastomuutos laajentaa myös poliittista kenttää siinä määrin, kun aiemmin yksityisyyden piiriin kuuluneet ja ehkä jopa epäpoliittisina pidetyistä aiheista, kuten lentomatkestamisesta, auton käytöstä tai lihan syönnistä, on tullut kollektiivisesti merkittäviä, jopa poleemisia ja kiistanalaisia aiheita. Ilmastomuutoksen hidastamiseksi tarvitaan yhteisiä poliittisia päätöksiä, joiden vaikutukset ovat kauaskantoisia. Niitä ei tulla tekemään, elleivät ne saa julkista tukea kansalaisilta. Poliitikkojen päätöksiä täytyy kansalaisten mielestä olla myös kohtuullisia ja oikeudenmukaisia.

Suomessa järjestettiin kahdet vaalit tutkimusjakson aikana, joten on hyvin loogista, että HS:n aineistosta nousee voimakkaasti ja selkeästi esiin poliittisen päätöksentekoon kehys, mikä lentoliikenteeseen kytkeytyessä kiteytyy pitkälti lentoverokysymykseen sekä siihen, että poliitikot päättävät sellaisista toimista, jotka skaalautuvat ja vaikuttavat ilmastomuutoksen hillitsemiseksi ja päästötavoitteiden saavuttamiseksi. Myös kansalaisaloite lentoveron tuomiseksi eduskunnan käsittelyyn ajoittui tutkimusajankohtaan.

Kehyksen sisällä on havaittavissa eri poliittisen päätöksenteon tasoja, kuten paikallinen, Suomen ja seuraavan tason, laajempi päätöksenteko EU-tasolla, johon äänestävillä kansalaisilla on mahdollisuus vaikuttaa.

Lentoliikenne on globaali toimiala, jota säätelee kansainvälisen siviili-ilmailun yleissopimus vuodelta 1944. Yleissopimuksessa on sovittu, että kaupallisten lentoyhtiöiden ei tarvitse maksaa polttoaineesta valmisteveroa, eikä ulkomaanlentojen matkalipuista peritä arvonnäisäveroa.

Vaikka lentoliikennetoimiala on globaali, poliittisen päätöksenteon kehyksessä nousee esille kotimainen päätöksenteko ja eri puolueiden hyvin erilaiset kannat mahdolliseen kansalliseen tai EU-lentoveroon ennen eduskunta- ja EU-parlamenttivaaleja. IPCC:n laajaa julkisuutta saanut raportti lokakuulta 2018 ja yleinen ympäristötietoisuuden lisääntyminen on lisännyt huomiota kestävämpään lentämiseen ja matkustamiseen, johon poliitikkojen on reagoitava. Ennen vaaleja on nähtävissä, että puolueet hakevat omia paikkoja ja äänestäjien ääniä, eikä lentoverosta ole yksimielisyyttä:

”STT:n kysely: Lentoveroa kannattavat vain vihreät ja vasemmistoliitto.” (Poliitikka, 19.11.2018)

Toisaalta poliitikkoja huolestuttaa myös niin kutsuttu kansallinen etu. Lentoveroon kulminoituu ristiriita paikallisten ratkaisujen vaikutuksista kansallisiin toimijoihin, jotka kilpailevat globaalisti. Kun päästöproblematiikkaan kartoitetaan kansallisia ratkaisumahdollisuuksia, ne voivat pahimmillaan haitata suomalaisia ja kansallista kilpailukykyä kansainvälisellä markkinalla.

”Lentovero ei saa kannatusta puolueilta – ”Osuisi kerran vuodessa Teneriffalla käyvään duunariperheeseen” (Poliitikka, 9.1.2019)

”Siinä ammutaan jalkaan omaa hyvinvointia ja suomalaisten liikkuvuutta.” (Poliitikka, 9.1.2019)

”Marraskuussa STT kysyi asiaa eduskuntaryhmien puheenjohtajilta. Vihreiden lisäksi vain vasemmistoliitto kannatti päästöpohjaista lentoveroa. Kokoomus, Sdp ja kristilliset edellyttivät, että verosta päättäisi EU. Keskusta, perussuomalaiset ja siniset pelkäsivät veron heikentävän Finnairin ja Helsinki-Vantaan kilpailukykyä.” (Kuukausiliite, 1.12.2018)

Poliitikot joutuvatkin tasapainoilemaan, kun he huolehtivat niin kansallisten kuin EU-tason päästötavoitteiden toteutumisesta, EU-yhteistyöstä ylipäänsä ja kansallisista eduista sekä myös äänestäjille annettujen lupauksen täyttämisestä.

”Siirtyminen kohti hiilineutraalia yhteiskuntaa tehdään heikentämättä tavallisen suomalaisen arkea. Vaikka edessä oleva muutos on iso, sen ei tarvitse sattua. Poliitikkojen tehtävä on tehdä se muutos niin, ettei kukaan jää ilmastonmuutoksen torjuntatoimissa sivuun. Se koskee myös keskiluokkaa.” (Poliitikka, 21.9.2019)

Puolueiden välillä on eroja lentoveroon suhtautumisessa ja epävarmuutta on myös asiantuntijatasolla siitä, onko vero ylipäänsä ratkaisu lentämisen päätöihin. Ei ole selvyyttä siitä, vähentäisikö vero lentämistä ja sitä kautta päästöjä, kuten pääkirjoitus 12.7.2019 toteaa:

”Lentovero on periaatteessa kätevä saastuttaja maksaa -täsmäkeino. Kokonaan toinen asia on, vähentääkö puolentoista euron tai edes muutaman kymmenen euron lisämaksu lentämistä.”

Kuukausiliitteeseen haastateltu Sitran johtaja Mari Pantsar ei myöskään usko, että pienet veronkorotukset saisi suomalaisia vähentämään lentämistään tarpeeksi:

”Jotta hintaohjaus toimisi, sen pitäisi näkyä lentolippujen hinnassa selvästi. Mutta vapaaehtoinen kompensointi jää kuluttajan vastuulle, ja laskurien ja päästöjen vähentämishankkeiden laatu vaihtelee. Siksi hän yrittäisi vähentää lentämisestä aiheutuvia kasvihuonepäästöjä erityisellä lentoverolla.” (Kuukausiliite 1.12.2018)

Voidaan ajatella, että kansalaiset tukevat lentoveroa kansalaisaloitteen sekä HS:n alkuvuonna 2019 tekemän gallupin perusteella. Kevään vaalien jälkeen muodostettu uusi Rinteen hallitus, sittemmin Marinin hallitus, kiristi ilmastopolitiikan tavoitetta merkittävästi. Suomi pyrkii hiilineutraaliuteen jo vuonna 2035 (Valtioneuvosto, 2019), mutta kansallista lentoveroa ei hallituksen toimin tulla edistämään ja tavoitteena on EU-tasoinen säädäntö.

”Liikenne- ja viestintäministeriön ilmasto- ja ympäristöyksikön johtaja Päivi Antikaisen mukaan lentovero ei automaattisesti vähennä ilmailun päästöjä. Suomessa lentoveroa ei ole kansallisella tasolla käsitelty. Suomen tavoite on lähtökohtaisesti se, että asiasta päätettäisiin EU-tasolla tai globaalilla tasolla.” (Politiikka, 10.7.2019)

Vastuuta ei kuitenkaan voi siirtää kuluttajille. Lentoliikenne on globaalia, ja päästöjä tulee suitsia yhteisvoimin. Tavoitteena tulee olla vähintään Euroopan laajuinen yhtenäinen järjestelmä. (Pääkirjoitus, 12.7.2019)

Myös EU-tasolla on ristivetoa siitä, miten lentoveroa ylipäänsä pitäisi käsitellä tai hoitaa EU:n sisällä. Eri maat ovat päätyneet erilaisiin ratkaisuihin

Suomi ei suunnittele Ranskan kaltaista lentoveroa: ”Vähentääkö se lentämistä, jos lipun hintaan tulee 5 euroa lisää?” (Politiikka, 10.7.2019)

Ruotsi palauttaa lentoveron neljä kuukautta sen poistamisen jälkeen – tukea saavat myös Euroopan yöjunat ja sähköautojen lataustolpat (Ulkomaat, 10.4.2019)

Veron lisäksi politiikan kehykseen kuuluu skaalautuvuus ja huolenpito. Tekojen skaalautumisvastuu on poliitikoilla.

Päättäjillä on mahdollisuus tukea normien muutosta siirtämällä tuet lentämiseltä ja lihataloudelta raideyhteyksiin ja kasvisproteiinien tuotantoon. (Lukijan mielipide 26.2.2019)

Yksi globaaleista standardeista on lentokerosiinin verottomuus ja arvonlisäverottomuus kansainvälisillä lennoilla. Seuraavat otteet kuvastavat hyvin ristiriitoja eri ryhmittymien, kuluttajien, lentoyhtiöiden sekä kansallisen ja kansainvälisen poliittisen päätöksenteon välillä.

”Ilmailualan oman arvion mukaan lentomatkustajien vuotuinen määrä voisi kasvaa 2030-luvulla kahdeksaan miljardiin, noin kaksinkertaiseksi nykyisestä. Samaan aikaan yhtiöillä on jättimäinen ongelma: päästöt. Rikkaissa länsimaissa ilmastoahdistuksen kanssa kamppailevat kuluttajat tekevät jo päätöksiä lomalentojen lopettamisesta. Poliitikot taas pohtivat, millaisella

sääntelyllä päästöt saadaan kuriin. Globaalisti toimivat yhtiöt eivät hänen mukaansa halua kansallista sääntelyä vaan kansainväliset standardit.” (Talous, 20.11.2018)

”Nykyisellään lentolippujen hinnat ovat vääristyneet, sillä lentoyhtiöt eivät maksa lentokerosiinista eli lentokoneiden polttoaineesta lainkaan veroa. Syynä on vuonna 1944 solmittu Chicagon sopimus, jossa 52 maata sopi lentoliikenteen polttoaineen verovapaudesta. Se on poikkeus, joka tulisi poistaa, sanoo Hartikainen. ”Jos kerran halutaan vähentää päästöjä, niin ei ainakaan tueta päästöjä aiheuttavia matkustusmuotoja. Se on hyvin yksinkertaista.” (Kuukausiliite, 1.12.2018)

Ainoa tämän hetken globaali ilmastoratkaisu tulee lentoalalta itseltään CORSIA:n muodossa. Muuta globaalia tai alueellista ratkaisua ei ole näkyvissä – ainakaan vielä.

Lentämiseen liittyvässä ilmastokeskustelussa ei ole näkyvissä sitä, että poliitikot kieltäisivät tai haastaisivat ilmastomuutokset ja tarvittavat toimenpiteet, vaan se on fakta, jota ei kiistetä. Kansallinen ilmastotavoite on asetettu, mutta miten tuohon tavoitteeseen päästään, on jo ristiriitaisempi ja hankalampi asia kuten myös lentämiseen liittyvät veroratkaisut.

4.2.2 Elämäntapa kehys

Lentäminen on väistämättä media-aihe, kun puhutaan liikenteen tuottamista päästöistä, koska iso osa suomalaisten hiilijalanjäljestä muodostuu liikkumisesta. Keskivertosuomalaisen hiilijalanjälki on 10 300 kiloa hiilidioksidia vuodessa. Tästä liikenteen ja matkailun osuus on 3 000 kiloa eli 29 prosenttia keskivertosuomalaisen hiilijalanjäljestä. Suomen itsenäisyyden juhlarahaston Sitran mukaan kaikkien tulisi puolittaa hiilijalanjälkensä välttääksemme luonnonvarojen ylikuluttamisen. (Sitra, 2019.) Sitran mukaan elämäntapamme on ristiriidassa ilmastotavoitteiden kanssa.

Huolestunut lukija kirjoittaa ilmastotavoitteiden ja elämäntavan ristiriidasta:

Aikuisten elintasoralli lentomatkailuineen, tehotuotantolihoineen, ylisuurine autoineen ja asuntoineen, kertakulutusturhakkeineen ja moottoriurheiluineen pyörii ja savuaa yhä kiihtyvää vauhtia, samalla kun ilmastoahdistus ja -masennus kalvaa yhä syvemmin lapsiamme. Lapsilla on täysi syy huolestua tulevaisuudestaan seuratessaan tätä mieletöntä menoa, joka pyörii tämän hetken nautinnoissa. (Lukijan mielipide, 15.3.2019)

Suomen maantieteellinen sijainti Pohjolan perukoilla tekee lentämisestä hyvinkin tavallisen liikkumismuodon ja lentäminen työn tai lomamatkan vuoksi on suomalaisessa elämäntavassa hyvin tavallista.

”Häpeä ja verot laskevat Ruotsin lentomääriä, mutta Suomessa lennetään enemmän kuin koskaan --- Viime vuonna suomalaiset tekivät ulkomaille ja kotimaassa 6,6 miljoonaa yöpymisen sisältänyttä vapaa-ajanmatkaa ja työmatkaa lentäen. Viisi vuotta aiemmin lentäen tehtyjä matkoja oli 5,3 miljoonaa. Valtaosa suomalaisten lentomatkoista on juuri vapaa-ajanmatkoja ulkomaille.” (Kotimaa 1.8.2019)

”Tästä huolimatta lennämme jopa useita kertoja vuodessa etelään, koska matkailu muuttunut arkipäiväiseksi ja meillä on siihen ”oikeus”, koska olemme hyvin ansaitulla lomalla työstä.” (Lukijan mielipide 26.10.2018)

Lentämisen kiistattomana etuna on nopeus, ja nopeus liittyy nykyelämäntapaamme. Tavallisen suomalaisen työntekijän lomapäivät eivät tahdo riittää kauemmas matkailuun erityisesti, jos talvella etsii auringon valoa.

”Ulkomaille matkustava haluaa pääsääntöisesti minimoida matkustamiseen käytetyn ajan ja siihen kuluvat kustannukset. ”Asennetasolla on helppo olla jotain mieltä, mutta kulutuskäyttäytymisen muuttuminen vaatii huomattavasti pidemmän ajan”, Wilska sanoo. ”Monella se tyssää siihen, että ilmeiset ratkaisut eivät sovi ajankäyttöön tai niihin ei ole varaa”, hän lisää.” (Kotimaa 1.8.2019)

”Tiedostan kyllä päästöt. En voi silti sanoa, että sillä olisi toistaiseksi ollut vaikutusta matkustuspäätöksiini. Kun on vihdoin loma, kaipaa kunnon irtiottoa”, Vekki sanoo. ”Jos matkustaisin lähemmäs, en sulje pois, että selvittäisin myös muita kulkuvälineitä. Niitä pitäisi ehkä myös markkinoida nykyistä paremmin.” (Kotimaa 1.8.2019)

Elämäntapaan liittyvää problematiikkaa lentämiseen liittyen käsitellään myös kulttuurisivuilla. Erään teoksen kirja-arvostelussa kerrotaan, miten teoksen päähenkilö on kiinnittynyt tavoittelemaansa elämäntapaan, mutta:

”Juuri kun hänen perheensä saa kiinni keskiluokkaisesta elämästä ja suunnittelee unelmalomaa Senegaliin, alkavat kaiken maailman viherpiipertäjät herjata lentämisestä.” (Kulttuuri, 21.2.2019)

Ihmisen kulutusvalintoja säätelevät ennen kaikkea hinta, vaivattomuus ja ajankäyttö.

”Me voimme vähentää kuluttamista ja lentämistä, lopettaa lihansyönnin, pitää huolta oikeudenmukaisen ja ekologisemman yhteiskunnan toteutumisesta. On löydettävä sellainen elämäntapa, joka ei ole jatkuvassa ristiriidassa luonnon ja etiikan kanssa.” (Kulttuuri, 29.3.2019)

Lentäminen vertautuu ilmastonäkökulmasta aineiston elämäntapakehyksessä myös lapsilukuun, synnytyslakkoon ja asumiseen. Ilmastoaihe läpäisee näin kaikki inhimillisen elämän puolet, koko elintapamme.

”Ilmaa pilattiin koko elämän aikana vain muutamalla lentomatkalla Romanian aurinkoon Mamaiaan. Elämäntavastaan isoäidilleni tyrkytettäisiin nykypäivänä kosolti somesydämiä, ellei tämä ilmastorikollinen olisi sortunut synnyttämään neljää lasta. Lundin yliopiston tutkimuksen (HS 18.8.7) mukaan ylivoimaisesti tehokkain ilmastoteko on pienentää lapsilukua. Lisääntymättömyyden vaikutus päästöihin on monikymmenkertainen verrattuna esimerkiksi autottomuuteen ja pitkistä lennoista luopumiseen.” (Sunnuntai, 25.8.2019)

”Kohtuullisuus elämäntapana tarkoittaa myös säästöjä omassa taloudessa. --- Julkisuudessa on puhuttu paljon lihansyönnistä, autoilusta ja lentämisestä, mutta yksi todella iso asia on saanut

⁷ Lundin yliopiston tutkimuksessa yksilön vaikuttavimmiksi ilmastopäätöksiksi nousi viisi asiaa: lapsiluku, autoton elämäntapa, lihansyönnin välttely, vihreään sähköön vaihtaminen ja lentämisestä luopuminen.

vähemmän huomiota. Liikkumisen ja syömisen ohella ilmastopäästöjen merkittävä lähde on asuminen.” (Mielipide, 2.10.2019)

Globalisoituneessa maailmassa lentoliikenne nivoutuu myös muuhun kuluttamiseen.

Lentoliikenteellä on kytköksiä lukuisiin muihin toimialoihin, kuten elintarvike- ja vaateollisuuden erityisesti logistiikan kautta. Kuluttaja joutuu pohtimaan ei pelkästään omaa lentämistään, vaan myös muiden hankkimiansa kulutustuotteiden suhdetta lentokuljetuksiin ja hiilidioksidipäästöihin.

”Esimerkiksi norjalainen lohi on saattanut käydä fileoitavana Kaukoidässä ja palata sieltä lentorahtina suomalaisiin myymälöihin. Ei tiedä sika itse eikä tarjousten perässä juokseva kuluttaja senkään vertaa, kummasta syntyy pahempi jälki: kasvattamisesta vai jatkokäsittelystä.” (Lukijan mielipide 31.1.2019)

”Pitää vielä ratkaista nettiin siirtyneen vaatekaupan ongelmat. Nyt paketteja lennätellään ympäri planeettaa lentopostissa, ja se vasta saastuttaakin.” (Kuukausiliite, 3.11.2018)

”En haluaisi monen muun tavoin ostaa lentorahdattuja elintarvikkeita ja tuotteita. Ongelmana on, että kaupassa en tiedä, mitkä vihannekset tai muut tuotteet ovat lentorahdilla Suomeen tuotuja. Oman ongelmakenttänsä muodostaa verkkokauppa, josta ainakin toimitusaikojen lyhyiden perusteella voi päätellä, että tuotteet on usein tuotu lentorahdilla Suomeen. (Lukijan mielipide, 1.12.2018)

Tämän tutkimuksen kannalta kulutustutkija Terhi-Anna Wilska antaa HS:lle alla olevan mielenkiintoisen kommentin, johon palaan myös myöhemmin toiminnan muutos kehityksessä.

Kulutustutkija Wilskan mukaan julkinen keskustelu ja uutisointi ilmastonmuutoksesta saattavat tuottaa harhaanjohtavan kuvan siitä, miten suuri massa toimii. ”Äänessä ovat ideologiset ihmiset, jotka ovat valmiita uhraamaan juuri aikaansa ja rahaansa. Loppujen lopuksi se on kuluttajista hyvin pieni osa.” (Kotimaa 1.8.2019)

Ne, jotka eivät tee ideologisia ratkaisuja, kärsivät mahdollisesti lentohäpeästä tai joutuvat selittämään lentämistään.

4.2.3 Toiminnan muutoksen kehys

Kolmas lentämisen kehys, minkä voi havaita HS:n sisällöissä ilmastonmuutoksen yhteydessä, on toiminnan muutoksen kehys. Ilmastonmuutos herättää ihmiset toimimaan, ja ilmastokysymykset ovat saaneet ihmiset pohtimaan erilaisia vaihtoehtoja myös liikkumisen suhteen. On fakta, että lentäminen tuottaa päästöjä, ja lentomatkat voivat kasvattaa henkilökohtaista hiilijalanjälkeä merkittävästi.

Tässä kehityksessä annetaan ratkaisuja lentämisen päästöproblematiikkaan. Yksi ratkaisu on lentämisen lopettaminen kokonaan.

Elokuvaohjaaja Timo Wright turhautui biojätteiden kanssa nysväämiseen ja lopetti lentämisen – ja nykyisin matkustaminen on hauskeempaa kuin koskaan (Matka, 17.1.2019)

”Lentämättä jättävät säästävät siis omilla uhrauksillaan ihmiskunnan jäljellä olevaa ”hiilibudjettia”, jota paljon lentävät sitten ilmaiseksi käyttävät. Lentävä voi tietysti ostaa omaatuntoa nykyajan anekaupalla, maksamalla päästöjen kompensoinnista. Toisaalta parempi vaihtoehto olisi jättää lentämättä – ja lahjoittaa vielä enemmän rahaa hiilen sitomiseen. (Sunnuntai, 20.1.2019)

Ihmisillä on kuitenkin matkustushalukkuutta monista eri syistä. Kun lentää, voi lentämisen päästöjä kompensoida. Lentopäästöjen kompensointi on suhteellisen uutta. Pohjoismaiden suurin matkailualan tapahtuma Matkamessut teetti kyselytutkimuksen joulukuussa 2018, johon vastasi 1 236 täysi-ikäistä suomalaista. HS uutisoi aiheesta seuraavasti:

”Huoli lentomatkojen hiilidioksidipäästöistä ei kyselyn perusteella ole vielä kovin yleistä. Lähes joka viides ei tiennyt kyselyssä, oliko maksanut matkastaan hiilidioksidikompensoitiot. (Matka 16.1.2019)

Mikäli kuluttaja haluaa kompensoida lentomatkansa päästöt mahdollisimman hyvin, vaatii se paneutumista ja vaivannäköä:

”Sitten etsimme tietoa useammasta lähteestä siitä, paljonko kyseiset lennot tuottivat hiilidioksidiekvivalenttia.” (Talous, 12.2.2019)

”Tavalliselle kuluttajalle matkojen hintojen, päästöjen ja matka-ajan vertailu onkin todella hankalaa.” (Kotimaa, 24.6.2019)

Yleisesti puhutaan, että lentoliikenne tuottaa globaalisti 2-3 prosenttia ihmisen tuottamista päästöistä. Tällä hetkellä ei ole yksiselitteistä tietoa lentämisen kokonaisilmastorasituksesta, mikä vuoksi eri päästöhyvitystahot tuottavat ristiriitaista tietoa.

”Lentohyvityslaskurien toiminta voi tosiaan vaikuttaa salaperäiseltä, varsinkin kun eri laskurit joskus ehdottavat aivan erilaisia kompensatiomaksuja samalle lennolle.” (Sunnuntai, 3.11.2018)

”Lentoja voi nytkin vertailla eri päästöhyvityssivuilla, mutta ne antavat hyvin erilaisia päästömääriä eivätkä usein ota huomioon muita päästöjä kuin hiilidioksidin. (Blogi, ilmastokirjeenvaihtaja, 14.2.2019)

Kun lentomatkustaja päättää kompensoida lentopäästönsä, joutuu hän pohtimaan, onko kompensointi anekauppaa vai ilmastoaktivismia:

”Päästöhyvitykset ovat siis lähes yhtä arvottomia kuin keskiaikaiset aneet. Haluamme ajatella, että kirstuun kilahtanut kolikko auttaa myös meidän sieluamme vilahtamaan taivaaseen. Tähän asti olemme ajatelleet, että voimme ostaa itsemme ulos jokaisesta pinteestä. Ilmastonmuutoksen luoma maanpäällinen helveti on kuitenkin paikka, josta kukaan ei rahan avulla pääse pakoan.” (Lukijan mielipide, 26.10.201)

Suomi hyvitti 1.7.2019 alkaneen EU-puheenjohtajuuskauden lentopäästöt ja teki priorisointeja käytännön järjestelyissä huomioiden ilmaston.

Suomi painottaa ilmastoa myös puheenjohtajajärjestelyissä. Ministerikokouksia järjestetään vain yhdellä paikkakunnalla, Helsingissä. Perinteisiä puheenjohtajalahjoja ei jaeta, ja lentopäästöt kompensoidaan metsää istuttamalla. (Ulkomaat, 26.6.2019)

Kun HS nimitti vuodelle 2019 ilmastokirjeenvaihtajan, lehti lupasi samalla hyvittää kirjeenvaihtajan lentämisestä aiheutuvat päästöt. Ilmastokirjeenvaihtaja raportoi⁸, miten hän oli sen juttumatkojensa osalta tehnyt ja toisessa jutussa kerrottiin vapaa-ajan matkan kompensoimisesta.

HS:n ilmastokirjeenvaihtaja toivoo, että mahdollisesti tulevaisuudessa lennot voisi ostaa palvelusta, jossa mentäisiin ilmasto, eikä hinta edellä kuten nyt:

Milloin lentoliput voi ostaa Carbonbookersista tai ilmastoscannerista? (Blogi, ilmastokirjeenvaihtaja 14.2.2019.)

Jos lentämisen päästöjen laskeminen on vaikeaa ja kompensoija joutuu etsimään parasta mahdollista vaihtoehtoa, ei matkamuotojen välinen vertailukaan ole helppoa. Moni haluaisi vähentää lentämistä. Mutta mikä olisi ilmaston kannalta kestävä tapa reissata, kysyy HS:n ingressi jutussa⁹, jossa vertaillaan eri matkustusmuotoja. Lentäminen ei aina ole ilmastovaikutuksiltaan huonoin vaihtoehto ja myös laivamatkustus tuottaa myös yllättävän paljon päästöjä.

”Esimerkiksi Helsinki–Tallinna-matka kannattaisi tehdä mieluummin lentäen kuin laivalla. ATR 72 -potkurikoneella ilmastovaikutus on Atmosfair-sivuston mukaan matkustajaa kohden kahdeksan kiloa, kun lauttamatka tuottaa VTT:n Lipaston mukaan 25 kiloa hiilidioksidiekvivalenttia.” (Sunnuntai, 20.1.2019)

Samaisessa jutussa kerrotaan animoidun grafiikan keinoin eri matkamuotoihin kulutetusta ajasta ja päästöistä. Lopputulema on, että matkailun päästömatematiikka on hankalaa ja monitulkintaista, ja jutussa päädytään kertomaan yksilön tehokkaimmasta ympäristötoimesta: lentämisen lopettamisesta.

Lomalennon jättäminen väliin on yksi tehokkaimmista ympäristötoimista, joita yksittäinen ihminen voi tehdä. --- Johtopäätös vertailusta on kuitenkin se, että ainoa palkkio ilmastoystävällisestä matkustamisesta on hyvä mieli. Maata pitkin mateleva käyttää matkoihinsa rutkasti enemmän aikaa ja rahaa kuin lentävä. Pidempiä maamatkoja on vaikea saada mahtumaan työehtosopimusten mukaisiin vapaisiin. Lentämättä jättävät säästävät siis omilla uhrauksillaan ihmiskunnan jäljellä olevaa ”hiilibudjettia”, jota paljon lentävät sitten ilmaiseksi käyttävät. Lentävä voi tietysti ostaa omaatuntoa nykyajan anekdotalilla, maksamalla

⁸ <https://www.hs.fi/blogi/ilmastokirjeenvaihtaja/art-2000006134539.html> ja <https://www.hs.fi/blogi/ilmastokirjeenvaihtaja/art-2000006023136.html>

⁹ <https://www.hs.fi/sunnuntai/art-2000005970560.html>

päästöjen kompensoinnista. Toisaalta parempi vaihtoehto olisi jättää lentämättä – ja lahjoittaa vielä enemmän rahaa hiilen sitomiseen. (Sunnuntai 20.1.2019)

Matkustustapojaan voi myös muuttaa. Useissa sisällöissä lentämistä verrataan junamatkailuun. Lähimatkoilla junasta on tullut uusi lentokone.

”Joogaloman vuoksi ei tarvitse aina lentää kaukokohteeseen – Pietarissa voi viettää halvalla kunnon joogareititin” (Matka, 4.5.2019)

”Niin Norjassa kuin Suomessakin lähes kaikki ovat tietoisia siitä, miten ympäristön kuormitusta voisi vähentää – välttää lentämistä ja lihansyöntiä, kuluttaa mahdollisimman vähän, kierrättää. Aivan kokonaan Lundekaani ei ole silti lentämisestä luopunut. ”Lennän edelleen silloin tällöin. Yritän käyttää junaa mahdollisimman paljon. Kieltäydyin 95-prosenttisesti tilaisuuksista, joihin minut kutsutaan, sen vuoksi, että en halua lentää.” (Kulttuuri 25.9.2019. Huom. HS:n toimittaja ei lentänyt Norjaan tekemään haastattelua.)

Ilmastohuoli on lisännyt yöjunien kysyntää – Ruotsi aloitti selvityksen suorista yhteyksistä Euroopan suurkaupunkeihin --- Perinteiset yöjunat tarjoavat vaihtoehdon lentämiselle, mutta 2010-luvulla monia yhteyksiä on lopetettu. (Ulkomaat, 15.7.2019)

Kun ilmasto-ahdistus ja lentohäpeä suitsivat kaukomatkailua, voisiko Suomesta päästä junalla Thaimaahan kolmessa päivässä? (Kommentti, 17.8.2019)

Junalla matkustaminen vaatii toisenlaista paneutumista sekä enemmän aikaa ja rahaa.

”Pintaa pitkin matkaaminen vaatii toisenlaista ajattelutapaa kuin pyrähtely halpalennoilla. Koska se on toistaiseksi usein lentämistä selvästi kalliimpaa ja – niin, hidasta – sitä ei kannata ajatella vain hankkiutumisena kohteesta a kohteeseen b.” (Matka, 23.8.2019)

Samaan aikaan kun lentämisestä on tullut yhä helpompaa ja halvempaa, interrail-liput täytyy tilata kotiin paperisena tai haettava lippumyymälästä. --- Tavalliselle kuluttajalle matkojen hintojen, päästöjen ja matka-ajan vertailu onkin todella hankalaa. (Kotimaa, 24.6.2019)

Toiminnan muutoksen kehyksessä vaihtoehdot ilmaston huomioon ottavalle kuluttajalle ovat joko lentämisen lopettaminen kokonaan, kompensointi tai vaihtoehtoisten kulkumuotojen käyttäminen, maata pitkin matkaaminen.

4.3 Puhujat lentämisen eri kehyksissä

Kehysanalyysin jälkeen on kiinnostavaa katsoa, ketkä puhuvat lentämisestä eri kehyksissä.

Vaikka lentäminen on noussut voimakkaasti puheenaiheeksi, oli itselleni hienoinen yllätys, että aineistosta toiseksi suurimmaksi sisältöryhmäksi HS:n osastojen perusteella nousi Lukijan mielipide -kirjoitukset. Kaikkiaan niitä oli 23 kappaletta ja ne painoutuivat alkuvuoteen 2019. 12 kirjoitusta julkaistiin vuoden 2019 ensimmäisellä vuosineljänneksellä, tammi-maaliskuun aikana. Lukijan mielipidepalstalle kirjoittaneista 19 kirjoitti yksityishenkilönä ja neljä edusti organisaatiota.

On toki luonnollista ja ymmärrettävää, että lentäminen nousee esiin ilmastonmuutoksen yhteydessä myös Lukijan mielipide -palstalla, koska ilmastonmuutos huolestuttaa ihmisiä kansalaisina ja kuluttajina. He haluavat tuoda äänensä esiin ja toimia itse samalla, kun vaativat toimia poliittisilta päätöksentekijöiltä kuin myös ympäristöystävällisempiä tuotteita ja vähähiilisempiä palveluja eri tuottajilta. Yksi kanava käydä julkista keskustelua ovat juuri mielipidepalstat.

Olen puhujan selvittämiseksi käyttänyt Pertti Vehkalahden (2017, 165) keskeisen puhuvan toimijan luokittelua. Tämä luokittelun avulla haluan selvittää puhujat, jotka saavat eniten tilaa, kun puhutaan lentämisestä ilmastonmuutoksen yhteydessä eri kehyksissä. Helsingin Sanomia pidetään yhtenä maan valtaalehdistä ja kansallisen päiväjärjestyksen ylläpitäjistä, joten on kiinnostavaa selvittää, mikä toimija nousee määrällisesti eniten esille eri kehyksissä.

Vehkalahti (2017, 165) kuvailee luokittelun tekemistä seuraavasti:

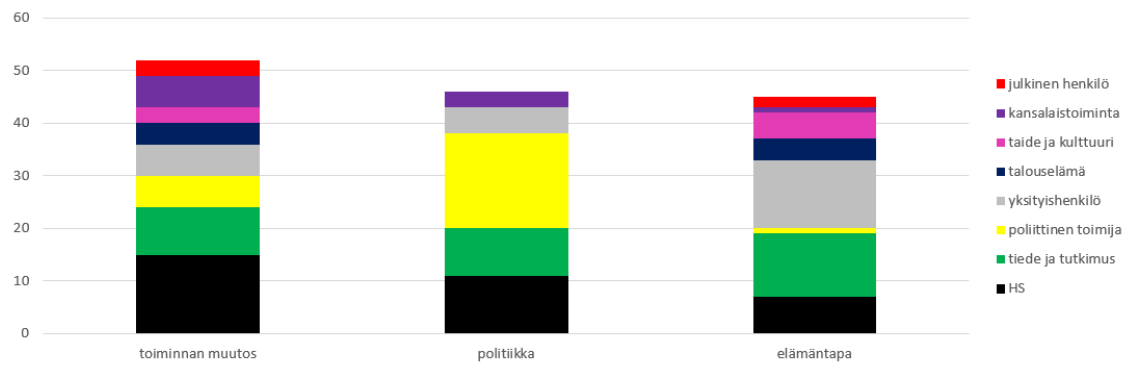
”Keskeiseksi puhuvaksi toimijaksi luokitellaan se puhuja (tai kirjallinen lähde), jonka näkökulma on jutussa hallitsevimmassa asemassa. Tämä tarkoittaa sitä, että kyseinen näkökulma esiintyy joko otsikossa, ingressissä tai uutisen leipätekstin kolmessa ensimmäisessä kappaleessa. Jos puhujia on useita, keskeiseksi puhujaksi luokitellaan se, joka esiintyy näkyvimmin (esim. otsikko on näkyvämpi kuin ingressi, ingressi on näkyvämpi kuin leipätekstin ensimmäinen kappale jne.). Epäselvissä tapauksissa valitaan ensimmäinen puhuja. Ensisijaisesti puhujat ovat ihmisiä, mutta ne voivat olla myös esimerkiksi organisaatioita, instituutioita tai mitä tahansa ihmisten konstellatioita. Pääkirjoitusten ja toimituksen omien kolumnien kohdalla keskeiseksi puhujaksi luokitellaan aina lehti itse, vaikka kirjoituksessa referoitaisiin jonkun muun lausuntoja.” (Mt., 165.)

Luokittelin puhujat kahdeksaan kategoriaan Vehkalahtea mukaillen:

- 1) HS (pääkirjoitukset, kolumnit, blogit)
- 2) Tiede ja tutkimus (yliopisto, tutkimuslaitokset)
- 3) Poliittinen toimija (poliitikko, ministeriö, virkamies, valtuutettu)
- 4) Yksityishenkilö (mielipidekirjoitus, muu)
- 5) Talouselämä (yritykset, finanssilaitokset)
- 6) Taide ja kulttuuri (kirjailija, taitelija)
- 7) Kansalaistoiminta (järjestöt, aktivistit)
- 8) Julkinen henkilö (Greta, prinssi Harry)

	HS	tiede ja tutkimus	poliittinen toimijat	yksityishenkilö	talouselämä	taide ja kulttuuri	kansalaistoiminta	julkinen henkilö	yhteensä	
toiminnan muutos		15	9	6	6	4	3	6	3	52
politiikka		11	9	18	5			3		46
elämäntapa		7	12	1	13	4	5	1	2	45
		33	30	25	24	8	8	10	5	143

Taulukko 3: Keskeinen puhuja kehyksessä.



Graafi 3: Keskeiset puhujat kolmessa eri kehyksessä.

Kaikkiaan 143 artikkelia jakautuivat melko tasaisesti kolmeen kehykseen. Toiminnan muutos kehyksessä on 52, poliittisen päätöksen teon kehyksessä 46 ja elämäntavan kehyksessä 45 sisältöä.

Selvitän alla keskeisen puhujan kussakin kehyksessä. Tässä tutkimuksessa ei pureuduta tarkemmin siihen, miksi joku toimija nousee esille, vaan nostetaan eniten puhuva ryhmä esiin ja esitetään olettamuksia aiempaan kehysanalyysiin perustuen.

Toiminnan muutos kehys: Tässä kehyksessä HS korostuu puhujana. Tässä on näkyvissä mahdollisesti ilmastokirjeenvaihtajan vaikutus. Kaikki puhujaluokat ovat tässä kehyksessä mukana ja ne jakautuivat tasaisemmin kuin muissa kehyksissä. Kansalaistoiminta on myös korostuneempi kuin muissa kehyksissä.

Poliittisen toiminnan kehys: Poliitikot dominoivat puhujina, mikä on tässä kehyksessä hyvin luonnollista. Myös kahdet tutkimusajankohtaan osuneet vaalit vaikuttanevat poliitikkojen määrään. Julkisuuden henkilöt ja taide ja kulttuuri loistavat poissaolollaan. Puhujina tiede ja tutkimus sekä HS ovat lähes tasaväkisiä.

Elämäntavan kehys: Yksityishenkilöt ja tiede ja tutkimus korostuvat puhujina ollen lähes tasaväkiset. Aiemman kehysanalyysin perustella syntyy vaikutelma, että tiede ja tutkimus kertoo kestävästä elämäntavasta ja yksityishenkilöt ovat tästä huolissaan ja se näkyy myös HS:n sisällöissä. Poliittisilla toimijoilla sekä kansalaistoiminnalla on tässä kehyksessä hyvin pienet osuudet. Taide ja kulttuuri esillä eniten verrattuna muihin kehyksiin.

Summattuna puhujat menevät niin, että eniten toiminnan muutoksessa puhuu lehti itse, politiikan kehyksessä poliitikot ja elämän tavan kehyksessä yksityishenkilöt ja tiede ja tutkimus ovat lähes tasaväkisiä.

5 Lentäminen medialisoituneena ilmiönä

5.1 Poliittisen päätöksenteon kehys: Vaalikoneet, väittelyt ja kohtaamiset

Lentäminen medialisoituneena ilmiönä sekä median valta tuoda esiin puheenaiheita (agenda setting) näkyy politiikan kehyksessä kiinnostavalla tavalla. Niitä ilmentävät HS:n tekemä gallupkysely, vaalikoneet, ilmastotentit ja kansalaisten Suomi puhuu -keskustelu, joissa lentäminen on tuotu keskustelun agendalle ja lehti teki keskusteluista useamman artikkelin.

Tiihonen ja Vadén (2019) katsovat, että 2019 eduskuntavaalien yhteydessä ilmastonmuutoksen asemaa vahvistui suurena vaaliteemana muun muassa työllisyyden, yrittäjyyden ja eriarvoisuuden rinnalla. Tutkijoiden mukaan ilmastonmuutosteeman vahvistuneeseen asemaan viittaa myös sen jatkuva läsnäolo julkisessa keskustelussa. Analysoituissa Ylen sekä Helsingin Sanomien vaalikoneissa kolmestakymmenestä kysymyksestä yhteensä kuusi mittasi asenteita sekä arvoja ympäristöä ja ilmastonmuutosta kohtaan. Tutkijat arvelevatkin, että ainakin vaalikoneiden tekijöiden uskoneen äänestäjillä olleen halukkuutta tietää ehdokkaiden ilmastoasenteista ja jopa mahdollisesti painottavan niitä äänestyspäätöksissään. Vaikka ilmastonmuutos ei ollut kevään eduskuntavaaleissa vaalikeskustelun hallitsevin kärkiteema, näyttäisi se vakiinnuttaneen paikkansa suurten vaaliteemojen joukossa.

Helsingin Sanomat tilasi ilmastotutkimuksen¹⁰ Kantar TNS -yhtiöltä, joka teki tutkimuksen ennen eduskuntavaaleja 7.–13.12.2018. Kansallinen lentovero tai -maksu oli tuotu kyselyn aiheeksi. Tämän HS-gallupin mukaan vähän lentävät kannattavat lentoveroa ja autottomien mielestä ruuhkamaksu on hyvä idea. HS-gallupin tarjoamat vaihtoehdot lentämisen päästöjen hillitsemiseksi vaihtoehtoisista olivat lentomaksu tai -vero. Täysin tai jokseenkin samaa mieltä lentomaksusta oli 58 prosenttia suomalaisista.

Lentäminen nousi uudelleen agendalle EU-vaalien aikaan. EU:n laajuinen lentoverokysymys, oli tuotu myös 3.5.2019 avautuneeseen HS:n eurovaalikoneeseen, ja lentoveroa selvennettiin myös vaalikonetta taustoittavassa¹¹ jutussa. Medioiden tuottamien vaalikoneiden avulla äänestäjät voivat löytää oman ehdokkaan, joka parhaiten vastaa omia näkemyksiä erilaisista kysymyksistä. HS:n EU-vaalikoneessa niin ehdokkaat kuin äänestäjät vastasivat kaikkiaan 30 kysymykseen ja ottivat kantaa lentämiseen verokysymyksen kautta.

¹⁰ Haastatteluja tehtiin kaikkiaan 1 103, ja tutkimus edustaa 15–74-vuotiaita suomalaisia lukuun ottamatta Ahvenanmaata. Tutkimuksen virhemarginaali on noin kolme prosenttiyksikköä suuntaansa.

¹¹ <https://www.hs.fi/politiikka/art-2000006091564.html>

Niin medialisoitumisen kuin agenda setting -teorian kannalta HS:n Suomi puhuu -tapahtuma on mielenkiintoinen. Kaksi vastakkaisen ajatusmaailman omaavaa lukijaa laitettiin istumaan saman pöydän ääreen keskustelemaan keskenään HS:n Suomi puhuu -päivänä 30.3.2019. Viime aikoina on puhuttu polarisoituneessa keskustelukulttuurista. Tapahtumalla haluttiin tuoda vastakkaisten mielipiteiden edustajat saman pöydän ja keskustelemaan. Sadat suomalaiset tapasivat henkilön, joka edustaa päinvastaisia arvoja ja mielipiteitä kuin he itse, ja yhtenä tapaamisessa käytettävän keskustelupohjan väittämänä oli ”Autoilua, lihan syömistä ja lentämistä pitäisi verottaa nykyistä ankarammin ilmaston takia”. Lehti raportoi keskustelutapahtumista useamman jutun verran.

Lentäminen nousi näin median ehdottamana aiheeksi henkilöiden keskinäiseen jutteluun ja tästä juttelusta raportoitii lehden palstalla mm. seuraavasti:

”Tämä väite, joka nyt on vahvana ilmassa, että me olemme syyllisiä, että meidän täytyy verottaa lihaa, autoilua ja lentämistä hiilidioksidipäästöjen vähentämiseksi – minä en oikeasti usko siihen.”
Ruotsalainen vetoaa tiedeyhteisön konsensusukseen ja riskien minimointiin.
”Jos on pienikin mahdollisuus, että olemme menossa kohti sitä tuhoa, jota tässä on ennustettu, eikö meidän kannattaisi tehdä jotain?” hän kysyy.
(Politiikka, 30.3.2019)

HS järjesti myös ilmastotentin Sanomatalossa 3.4.2019, jota pystyi seuraamaan myös suorana HS.fi:n kautta. Lehden mukaan¹² lentäminen oli yksi HS:n ilmastotentin kestoteema ja tentti toi selvästi esiin puolueiden ilmastolinjausten kunnianhimon erot. Puolueiden edustajat oli myös istutettu lavalle sen mukaan, miten nopeita ilmastotoimia puolueiden vaaliohjelmissa vaaditaan. Lavan toisessa päädyssä olivat vihreät ja vasemmistoliitto ja toisessa perussuomalaiset ja siniset.

Edellä mainitut esimerkit kertovat hyvin, miten medialisaatiossa eri yhteiskunnan toimijat joutuvat mukautumaan median toimintalogiikkaan ja median esittämillä narratiiveilla on tärkeä osa ihmisten arjen todellisuuden rakentamisessa. Couldryn mukaan media ei luo yhtenäistä kuvaa maailmasta, vaan tekee tietyistä ulottuvuuksista, kategorioista ja faktoista luonnollisempia kuin muista vaihtoehtoisista näkemyksistä. Näin jäljelle jää ikään kuin oletettu, ”luonnollinen” tapa ja ymmärrys arjen toiminnasta, ja muut ulottuvuudet jäävät näkymättömiin. Poliittisen toiminnan kehityksessä lentäminen on ongelma, johon on haettava poliittinen ratkaisu. Elleivät poliitikot sitä saa aikaiseksi, niin kansalaisaloitteen kautta eduskunta joutuu ainakin käsittelemään ja ottamaan kantaa lentoveroon.

¹² <https://www.hs.fi/politiikka/art-2000006058133.html>

5.2 Elämäntapa kehys: Elämäntapamme tuottaa lentohäpeää

Lentohäpeä kuvaa lentomatkailuun liittyvää häpeää. Ennen matkakuvat laitettiin kotialbumiin, mutta nyt medioitunut elämä on laventunut pois kotialbumeista erilaisille sosiaalisen median alustoille. Kerromme elämästämme, mielipiteistämme sekä valinnoistamme sosiaalisessa mediassa, myös matkoistamme.

Lentämisen elämäntavan kehys linkittyy medialisaatioon lentohäpeän muodossa.

”Julkisessa keskustelussa puhutaan lentohäpeästä, kun maailman ympäri suhailusta on tullut ilmastokriisin symboli. Epäekologisuudesta on tullut noloa, ainakin joissakin piireissä.” (ulkomaat, 31.7.2019)

Kun julkinen keskustelu rummuttaa lentämisen noloutta, tiedostavalle ihmiselle lentäminen tuottaa häpeän tunteita ja ne, jotka suhtautuvat lentämiseen neutraalisti, alkavat mahdollisesti pohtia lentämisen mielekkyyttä ilmaston kannalta. Kulttuurisivujen Lauantaiesseen otsikossa kerrotaan, että monelle kirjailijalle matkustaminen on välttämätön luovuuden herättäjä. Yksi jutun kirjailijoista pohtii nimenomaan lentämiseen liittyvää häpeää:

”Mutta niin paljon kuin lentäminen hävettääkin, en tiedä, miten pystyisin olemaan lentämättä. Seuraava Australian-matka onkin jo suunniteltu. Mutta tietysti lentokoneeseen nouseminen tuhoaa kaiken sen, mitä reissaamisen pitäisi olla.” (Kulttuuri, 1.2.2019).

Ruotsissa perustettiin anonyymi Instagram-tili Aningslösa Influencer¹³ nolaamaan paljon lentäviä vaikuttajia ja tekemään lentämisestä hävettävä asia. HS:n jutussa tilin ylläpitäjät kertovat, että heidän tavoitteensa on saada vaikuttajat pohtimaan, miten valtava ilmastovaikutus vaikuttajien elämäntyyliä on, ja kuinka heidän päivityksensä voivat saada yhä useamman innostumaan lentomatkustamisesta.

Häpeän lisäksi elämäntapakehyksessä ilmenee tietynlainen armottomuus. Jotta olisi ns. hyvä ihminen, täytyy olla ”täydellinen ilmastoihminen”, ennen kuin voi edes puhua ilmaston puolesta uskottavasti.

”Yksilö altistaa itsensä sosiaaliselle paheksunnalle, jos vaatii ilmastotoimia mutta ei onnistu omassa elämässään toteuttamaan ekologisuutta. Kun ilmastovaatimuksia on sosiaalisesti suotavaa esittää vasta, kun itse elää ilmastovastuullisesti, toimia vaativien kansalaisten lukumäärä jää pieneksi. Tämä jarruttaa ilmastotavoitteiden toteutumista. Yksilön valintoihin painottuva ilmastoviestintä voimistaa kielteistä oravanpyörää.” (Mielipide, vieraskynä. 9.2.2019)

¹³ <https://www.instagram.com/aningslosainfluencers/>

"He huomauttivat, että usein on sosiaalisesti hyväksyttävää esittää ilmastovaatimuksia "vasta, kun itse elää ilmastovastuullisesti". Voimme saada haluamamme muutoksen aikaan, vaikka kätemme ovatkin sidotut monissa asioissa." (Lukijan mielipide 15.12.2019)

Sama pätee erityisesti poliitikkoihin ja julkikkisiin, jotka ovat suhteessa tavalliseen ihmiseen eri asemassa julkisuuden ja julkisen palautteen suhteen.

"Lomakuvat etelärannoilta ovat kuvauksellisia ja täydellistä Instagram-materiaalia. Paitsi että lentäminen etelään on vähän arveluttavaa, kun ilmastomuutos painaa niskaan. Yksikään ympäristöarvoista puhuva poliitikko ei lomakuvia julkaise, vaikka etelässä kävisikin. Paras versio itsestä ei sellaista säröä kestä." (Mielipide, kolumni 1.12.2018)

Prinssi Harry ja Meghan ovat puhuneet kesällä paljon ilmastomuutoksesta ja kertoneet rajoittavansa sen tähden jopa lasten hankintaa. Heidät on leimattu tekopyhiksi, koska kyyti yksityislentokoneella kelpaa. (Ulkomaat 20.8.2019)

Medialisaation yksi keskeisimmistä ajatuksista on, että vaikka teemme asioita ilman median välitystä, käytäntöjemme horisontti on sosiaalinen maailma, jolle media on referenssi tai resurssi. Kun matkustusmuodoksi valitsee lentämisen, syntyy elämäntavan kehyksessä vaikutelma, että se on asia, minkä jokainen lentomatkustaja joutuu perustelemaan itselleen ja muille.

Häpeän tunne lentämistä kohtaan saa myös aikaan toimintaa. Kärjistäen sanottuna, joko lomakuvien julkaisematta jättämistä tai saa aikaiseksi seuraavassa toiminnan muutoksen kehys-luvussa kuvailtuja toimia: lentolakkoa, kompensointia tai matkustamista maata pitkin.

5.3 Käsitys omasta toimijuudesta

Alla olevilla HS:n kolmella otsikolla ja ingressillä kuvaillaan ruotsalaisen ilmastoaktivisti Greta Thunbergin matkaa ympäristökokouksiin. Thunberg on lentolakossa ilmastosystä.

Edessä koruton matka veneessä, jossa nukkuminenkaan ei ole helppoa: Ilmastoaktivisti Greta Thunberg lähti purjehdusmatkalle New Yorkiin. 16-vuotias ilmastoliikkeen perustaja osallistuu YK-kokoukseen ja aikoo lukea matkalla introverttien manifestia kilpapurjeveneessä, jossa normaalit elintoiminnot ovat työtä ja tuskaa. (Ulkomaat, 14.8.2019)

Ilmastoaktivisti Greta Thunbergin merimatka hidastui kovan merenkäynnin takia, saapuminen New Yorkiin viivästyy. YK:n ilmastokokoukseen purjehtivan Thunbergin piti olla perillä tiistaina, mutta alus saapuneen vasta keskiviikkona (Ulkomaat, 27.8.2019)

Greta Thunberg pyrkii pian Chileen, mutta matkan voi katkaista läntisen pallon-puoliskon vaarallisin paikka. Lentämistä välttävällä ilmastoaktivistilla on edessään vaarallinen viidakko, jossa kuhisee myrkyllisiä eläimiä ja aseistettuja joukkoja. (Ulkomaat, 6.10.2019)

Harvat meistä voi olla kuin Greta. Ani harva haluaa matkustaa niin, että peruselintoiminnot ovat tuskaa tai että määränpään saavuttamiseksi olisi mentävä läpi vaarallisen viidakon.

Helpommin toteutettavaan toiminnan muutokseen meitä ohjaavat HS:n toimittajat, jotka joko

testaavat itse, millaista on matkustaa, kun vaihtaa lentokoneen maata pitkin matkustamiseen tai kirjoittavat muiden kokemuksia lentämisen välttämisestä.

Matkustin junalla Barcelonaan – siitä tuli kallis reissu, ja lentäen matkustaneita ystäviäni hymyilytti. (Mielipide, kolumni 14.1.2019)

Toimittaja lähti laivalla ja junalla Espanjan Andalusiaan. Onko tällainen hidas matkustaminen vaivan väärä? Onko se ekologista? Tuleeko kalliiksi? (Matka, 23.8.2019)

Ilmastohuoli saa lapsiperheen valitsemaan junamatkan lentämisen sijaan – HS vertaili matkojen hintaa, päästöjä ja matka-aikaa Berliiniin ja Kööpenhaminaan (Kotimaa, 24.6.2019)

Elämäntapakehyksessä lentäminen on nopeaa ja ratkaisee palkansaajan loma-aikaongelman. Toiminnan muutoksen kehyksessä kiireen sijasta voi hidastaa tahtia, downshiftata, matkustaa maata pitkin ja nauttia itse matkan teosta.

Kulutustutkija Wilskan mukaan julkinen keskustelu ja uutisointi ilmastonmuutoksesta saattavat tuottaa harhaanjohtavan kuvan siitä, miten suuri massa toimii. ”Äänessä ovat ideologiset ihmiset, jotka ovat valmiita uhraamaan juuri aikaansa ja rahaansa. Loppujen lopuksi se on kuluttajista hyvin pieni osa.” (Kotimaa 1.8.2019)

Toiminnan muutoksen kehyksessä Wilskan HS:lle antama kommentti pitää paikkansa, sillä kaikki lentämisen jättäneet antavat vaikutelman edelläkävijyydestä ja ideologisesta kuluttamisesta. Omista kokemuksistaan kertovat elokuvaohjaaja, toimittajat ja matkatoimittaja-tietokirjailija.

Jo ilmastokirjeenvaihtajan nimeäminen kertoo, että Helsingin Sanomat tahtoo käsitellä ilmastonmuutosta paneutuneemmin, ja sitä myös lukijat ovat lehdeltä toivoneet.

Ilmastokirjeenvaihtaja Pia Elosen tekemässä jutussa ”Mitä presidentti Niinistö tarkoitti ”tavallisten suomalaisten vakuuttamisella”?¹⁴ kerrotaan Niinistön puheesta YK:n ilmastohuippukokouksessa syyskuussa 2019. Presidentti nosti heti puheenvuoronsa alussa esiin tavalliset ihmiset. Elosen mukaan Niinistöllä oli kaksi syytä puhua tavallisista ihmisistä. Ensinnäkin he levittävät muutosta muualle, myös poliitikkojen suuntaan. Niinistön silmissä kansa voi olla jonkinlainen etujoukko, joka tuuppaa poliitikkoja toimimaan. Toisekseen kansan asennemuutos raivaa poliitikoille tilaa tehdä ilmastopäätöksiä, toisin sanoen helpottaa ilmastopolitiikan tekemistä. Poliitikot siis tarvitsevat Niinistön silmissä kansalta paitsi rohkaisua ja tuuppimista, myös suostumista yhteiseen ilmastopolitiikkaan. Tämä suostumus annetaan ikään kuin esimerkin avulla, omaa elämäntapaa muuttamalla. Silloin jokaisella on muutoksessa rooli, jokainen voi osallistua.

¹⁴ <https://www.hs.fi/ulkomaat/art-2000006248964.html>

Myös HS:llä on rooli esimerkkinä, näyttää miten toiminnan muutos on mahdollista eri keinoin, kuten edellä olen kuvannut. Aiemmin teoriaosassa mainitun Carvalhon (2017) mukaan median kyllästävässä ympäristössä käsitykset ja diskurssiiviset esitykset vallanjaosta, yksilöiden roolista demokratiassa ja kansalaistoiminnasta saavuttavat meidät monien eri medioiden kautta. Nämä medioitut (*mediated*) diskurssit vaikuttavat myös kansalaisten omaan näkemykseen omasta paikasta ja käsitykseen omasta toimijuudesta, myös ilmastonmuutokseen liittyvissä kysymyksissä.

Liikkeet kuten FridaysForFuture, BlackLivesMatter ja MeToo ovat medialisoituneessa yhteiskunnassa liikkuneet yli rajojen, globaaleiksi liikkeiksi ja saaneet aikaan muutosta, jos ei vielä rakenteellista, niin ainakin merkitysten tuotannossa, uusintamisessa ja muuttamisessa. Lentämisen ja ilmastonmuutoksen yhteydessä tietyt diskurssit, joita mediat vahvistavat, vaikuttavat voimakkaasti siihen, millaisia ongelmia lentämisestä sosiaalisen todellisuuteen rakennetaan ja keille annetaan ääni. Siksi medioidut *media(ted)* diskurssit ovat avainasemassa sosiaalisessa elämässä, koska ne tekevät maailmasta ymmärrettävän ja mahdollistavat myös toiminnan.

Medialisaatioon liittyy voimakkaasti transformation ajatus. Lundbyn (2019) mukaan medialisoituminen tarkastelee sosiokulttuurisia muutoksia, jotka liittyvät mediapohjaiseen viestintään. Media käsitetään tässä kontekstissa kulttuurisen ja sosiaalisen muutoksen agenttina. Ja myös agentti kohtaa muutosvoimaa. Tiedostavasta edelläkävijäjoukosta voi myös nousta konkreettisia vaatimuksia median julkaisutoiminnan suuntaan:

”Ainakin osa yleisöstä odottaa, että median julkaisemat mainokset ja toimituksellinen sisältö ovat vahvemmin samassa linjassa. Se haastaa alan perinteisen ajattelun, jossa toimituksellinen sisältö ja mainonta ovat toisistaan riippumattomia. --- Miten media voi kirjoittaa huolestuneeseen sävyyn ilmastonmuutoksesta mutta julkaista lentoyhtiöiden mainoksia?”
(Talous, 14.3.2019)

6 Johtopäätökset

Tämä gradun tavoitteena oli selvittää, millä tavoin lentämistä ilmiönä kehystetään Helsingin Sanomissa, kun lentämistä käsitellään ilmastonmuutoksen yhteydessä. Kiinnostuksen kohteena oli myös selvittää, kenen äänellä lentämisestä kehyksissä puhutaan ja se, miten kehykset ilmentävät lentämistä medialisoituneena ilmiönä. Menetelmänä tässä tutkimuksessa käytettiin kehysanalyysiä sekä sisällön määrällistä analyysiä ja teorian osalta tukeuduin ajatuksiin medialisaatiosta, median symbolisen vallasta ja agenda settingistä.

Ilmastonmuutos on globaali, käynnissä oleva muutosten ketju, mikä ei poistu yhteiskunnallisesta agendasta ja keskustelusta, vaan vaikuttaa hyvin monenlaisiin yhteiskunnallisiin päätöksiin vuosikymmeniä eteenpäin. Se, että pystymme hahmottamaan ilmastonmuutosta, saamaan siitä tietoa ja ylipäänsä käsittämään laajaa ilmiötä, tarvitsemme luotettavaa mediaa ymmärtääksemme, mitä ympärillämme tapahtuu.

Media on keskeinen linkki ihmisten ja sosiaalisen maailman välillä: se luo päiväjärjestyksen yhteiskunnalliseen keskusteluun ja tuo keskustelunaiheita arkeen. Se nostaa asioita yksityisen alueelta julkisuuteen ja tekee niistä samalla sosiaalisen vuorovaikutuksen välineitä ja yhteiskunnallisia puheenaiheita. (Väliaverron 2012, 103.)

Median esittämät lentämisen kehykset ilmastonmuutosuutisoinnin yhteydessä rakentavat ihmisten käsitystä lentämisestä ja vaikuttavat sitä kautta sosiaalisen todellisen rakentumiseen. Tästä rakentuu median symbolisen vallan voima.

Kehystämiseen liittyy aina valintaa, ja näin esimerkiksi journalistin suosimat merkitykset vaikuttavat yleisön taipumuksiin, mitkä puolestaan muokkaavat heidän mielipiteitään ja päätöksiään (Nisbet 2009, 47). Lentämisen kehystäminen ja asioiden esittäminen uutisissa ja joukkoviestinnässä voi vaikuttaa siihen, kuinka uutisten yleisö ymmärtää lentämisen suhteessa ilmastonmuutokseen, ja miten he henkilökohtaisesti toimivat asian suhteen. Kehystäminen on yksi osoitus median vallasta määritellä julkisuuden puheenaiheita ja kamppailu yhteiskunnallisista muutoksista on myös taistelua merkityksistä.

Helsingin Sanomissa lentäminen suhteessa ilmastonmuutokseen kehystetään kolmella tavalla: poliittisen toiminnan, elämäntavan ja toiminnan muutoksen kehyksin. Kaikille kolmelle kehykselle on yhteistä pyrkimys lentämisen ongelman ratkaisemiseen suhteessa ilmastonmuutoksen, erityisesti poliittisen toiminnan ja toiminnan muutoksen kehyksissä. Elämäntapa kehyksessä lentäminen kytkeytyy vallitsevaan elämäntapaan ja siihen, että lentämisellä on laajempia kytköksiä muuhun kuluttamiseen.

Agenda setting -teoriassa kyse on siitä, kuka hallitsee julkista keskustelua: mitkä aiheet ovat esillä ja milloin, mitkä asiat koetaan tärkeäksi sekä millaisten käsitteiden avulla ja minkälaisissa yhteyksissä asioita käsitellään. Ilmastomuutoksen ollessa kyseessä agenda setting -teoriaa voi tarkastella myös teemakirjeenvaihtajuuden näkökulmasta. Mediatutkija Teun A. van Dijk (1988, 54) mukaan journalistisessa kulttuurissa tapahtuman uutisarvo määräytyy osittain sen seurausten vakavuudella. Oman kirjeenvaihtajan valinta aiheelle on selkeä osoitus HS:n halusta pureutua ilmastomuutokseen kokonaisvaltaisesti, dedikoida resursseja raportoimiseen. Medianäkyvyys vaikuttaa siihen, mistä asioista ylipäätään ajatellaan jotain.

Tämän näkökulman tuo esille myös lehden toimittaja Mikko-Pekka Heikkinen kolumnissaan¹⁵, jossa hän pohtii, miten ilmastomuutoksesta pitäisi kertoa:

”Jos kasvihuonekaasujen määrää ei saada suitsittua, uhkaa ilmakehän kuumentuminen tulevaisuudessa koko maailmanjärjestystä. Useimmat varmaankin haluavat pysäyttää moisen kehityksen. Ajatus makaa Hesarinkin ilmastomuutosjuttujen takana: edistäkäämme tuhon torjuntaa. Ja koska toimittajat eivät kykene imemään hiilidioksidia ilmakehästä, me kirjoitamme. (Mielipide, kolumni 15.2.2019)

Tämän tutkimuksen kehysanalyysin perusteella vaikuttaa, että löytämäni kehykset lentämiseen ja ilmastomuutokseen liittyen ovat HS:n agenda settingiä. Näistä kehyksistä käsin lentämisestä halutaan kertoa lukijoille. Erityisesti vaalivuonna ja ilmastovaaliteemalla kerrottiin, että poliittisella päätöksenteolla saadaan skaalautuvuutta ilmastomuutoksen hillintään ja jokainen voi toimia ja äänestää. Elämäntavan kehyksessä lentäminen halutaan tuoda esille toimintana, jota jokainen voi tarkastella kriittisesti samalla, kun tarkastelee muita kulutus päätöksiä ja elämäntapavalintoja. Toiminnan muutoksessa korostetaan yksilön toimijuutta ja valinnanmahdollisuutta. Jos lentolakko ei ole sopiva henkilökohtainen ratkaisu, voi silti matkustaa kompensoiden päästönsä tai kulkuvälinettä vaihtamalla.

Kehysanalyysi menetelmänä toi hyvin esiin suuret linjat, mutta aineiston kiinnostavat nyanssit jäävät ehkä tällä menetelmällä hieman pimentoon. Tekemäni koko aineiston sisältöluokittelu kertoo toki laajemmin aiheista ja myös keskeisten puhujien luokittelu kehyksistä antaa lisäulottuvuutta tutkimukselle.

Siksi nostan tässä esille huomioni ristiriitaisuudesta, joka oli vallitseva alavire kaikkien kehysten sisällä. Alkuun harkitsin ristiriitaisuutta jopa mahdollisena kehyksenä, mutta sitten olisin päätenyt vain yhteen massiiviseen ja vaikeasti hahmoteltavaan kehykseen.

¹⁵ <https://www.hs.fi/mielipide/art-2000006001613.html>

Kehysten sisäinen ristiriita ilmenee seuraavilla tavoilla: Poliittisen kehyksen sisällä ristiriitaisuus ilmeni siinä, että mikä poliittinen taso, kansallinen vai EU-tasoinen, voisi päättää ilmastovaikutusten pienentämisestä esimerkiksi lentämisen verotuksen kautta. Kuten myös siinä, etteivät puolueet suhtaudu samalla tavalla lentoverokysymykseen eikä myöskään siihen, missä lentämisen ilmastoasia pitäisi ratkaista.

Elämäntapa kehyksessä lentämisen ilmastoproblematiikka nivoutuu myös muuhun kuluttamiseen, mikä tekee lentämisen vieläkin ristiriitaisemmaksi asiaksi.

Toiminnan muutos kehyksessä kompensointi herättää kysymyksen, onko se vain anekauppaa vai oikeasti ilmaston pelastamista. Tai jos jätät lentämättä, joku muu huoleton käyttää sinunkin hiilisuutesi, joten auttaako lentämättä jättäminen maailman ilmastoa suuressa kuvassa. Omaan hiilijalanjälkeen lentämättömyys toki vaikuttaa. Mikään ei tunnu olevan ristiriidatonta, kun käsitellään lentämistä ja ilmastomuutosta, paitsi se, että jokainen lento tuottaa päästöjä.

Medialisaation käsitteeseen liittyy ajatus transformaatiosta. Media on muutosagentti, jonka tuottamilla ja levittämillä sisällöillä on vaikutusta yhteiskunnalliseen keskusteluun, poliittiseen päätöksentekoon ja yksilöiden kulutusvalintoihin ja siihen, miten tärkeäksi aiheeksi ilmastomuutos ja sen hillitsemiseksi tehtävä työ muotoutuu niin yksilöiden, yhteisöiden ja yhteiskunnan osalta.

Kävin läpi medialisaation kytköksen kehykseen aiemmin alaluvuissa, mutta summaan ajatukseni vielä tiiviisti. Poliitiikan kehyksessä medialisaatio ja median agenda setting ilmeni vaalikoneiden, väittelyiden ja lukijoiden kohtaamisten kautta ja kaikista näistä tuotettiin sisältöä lehteen. Näille kaikille HS oli laatinut oman asia-, valinta- tai -keskustelupohjan. Yhteiskunnan toimijat mukautuivat näin median toimintalogiikkaan ja median tuotti näistä sisältöä. Median luomilla narratiiveilla on merkitystä arjen todellisuuden rakentumisessa.

Elämäntapa kehyksessä lentohäpeä liittyy medialisaation ajatukseen siitä, että media on resurssi tai referenssi. Se, että lentäminen on nostettu mediassa esiin ilmastomuutoksen yhteydessä paheellisena tekona uutisjuttujen, mutta myös julkisten henkilöiden kautta, luo tiedostavalle kuluttajalle häpeäntunnetta ja herättää mahdollisesti ajatuksen siitä, että seuraavat lomakuvat voisi jättää julkaisematta sosiaalisessa mediassa, erityisesti jos kohteeseen on menty lentämällä. Lentohäpeää ilmiönä tuskin olisi, elleimme eläisi medialisoituneessa yhteiskunnassa.

Toiminnan muutos kehyksessä median nosti esiin merkitykset omasta toimijuudesta. Media on tärkeä paikka ilmastomuutoksen merkitysten tuotannossa, uusintamisessa ja muuttamisessa. HS tuo esille erilaisia yksilötason ratkaisuvaihtoehtoja päästöongelman suhteen, joista

halutessaan voi ammentaa. Nämä myös toimivat mediavälitteisinä töytäisinä, niin median kuin kansalaisten puolelta, kohti poliitikkoja, joiden vastuulla on tehdä skaalautuvat päätökset ilmastonmuutoksen hillitsemiseksi. Poliitiikan tie aineiston perusteella vaikuttaa sekavalta ja on hyvin komplisoitunut, koska lakeja säätäessä on otettava huomioon monia eri tekijöitä alkaen työllisyydestä kilpailukykyyn ja alueiden saavutettavuuteen. Yksilöt sitä vastoin voivat toimia heti yksilötasolla ja päättää omasta kuluttamisestaan ja toimistaan oman hiilijalanjälkensä pienentämiseksi.

Tutkimusajankohtana lentämistä pidettiin kasvuna ala. Keväällä 2020 alkanut koronaepidemia on supistanut globaalia lentotoimintaa merkittävästi, mutta alan ennustetaan palaavan kasvun tielle. Aasiassa, missä lentoliikenteen kasvu on ollut kiivainta kiivainta, miljoonat ihmiset eivät ole vielä koskaan lentäneet. Puhe tulevaisuuden kasvuskenaariosta heittää alan ylle tummanpuhuvan viitan ilmastonmuutoksen kontekstissa.

Kiinnostava jatkotutkimusaihe lentämisen näkökulmasta on koronapandemian ja sen mahdollisesti aiheuttama muutos lentämistä koskevassa uutisoinnissa: onko ilmastonäkökulma jäänyt vähemmälle talous- ja työllisyysnäkökulmien noustessa enemmän esille. Tätä näkökulmaa voi laajentaa myös eri maihin, koska toimiala on kokenut kovia maailmanlaajuisesti, ja näin maiden välillä voi tehdä vertailuja. Toinen mielenkiintoinen tutkimuskohde on tässäkin työssä useasti mainittu maa Ruotsi, flygskamin kotikontu. Vertaileva tutkimus Suomen ja Ruotsin päämedioiden uutisoinnista lentämiseen ja ilmastonmuutokseen liittyen olisi erittäin mielenkiintoinen. Myös johdannossa mainitsemani keskustelun lisääntyminen lentoyhtiön sosiaalisen median kanavissa on kiinnostava tutkimusmahdollisuus, kun ympäristötietoisuus on lisääntynyt ja moni on valmis panostamaan kestävämpään lentämiseen ja matkustamiseen. Näkökulma on silloin toki toinen, kun tutkimuskohteena ei ole enää median sisällöt, vaan aihetta kannattaisi lähestyä esimerkiksi yrityksen maineenhallinnan kannalta.

Ilmastonmuutoksen syyt ja niiden seuraukset eivät ole välttämättä suoraan tai helposti havaittavissa. Kyseessä on monimutkainen prosessi, mikä on samalla nykyisyyttä, menneisyyttä ja tulevaisuutta. Koska todennäköisesti ilmastonmuutoksen vakavimmat sosiaaliset vaikutukset tapahtuvat tulevaisuudessa, emmekä me ole niitä todennäköisesti todistamassa, on median välittämä tieto aiheesta erityisen tärkeää. Tästä syystä myös median sisältöjen tutkiminen on merkittävää.

7 Lähdeluettelo

- Ampuja, M., Koivisto, J., & Väliverronen, E. (2014). Medioituminen: Iskusana, analyttinen työkalu vai uusi paradigma? *Media & viestintä* 37, Nro 2, s. 22-37.
- Anderson, B., Kuortti, J., & Nurmiainen, J. (2007). *Kuvitellut yhteisöt: Nationalismin alkuperän ja leviämisen tarkastelua*. Tampere: Vastapaino.
- Benkler, Y. (2006). *The wealth of networks: How social production transforms markets and freedom*. Yale University Press.
- Berelson, B. (1952). *Content analysis in communication research*. Glencoe, Ill: The Free Press.
- Boykoff, M. T. (2007). Signals and noise. mass-media coverage of climate change in the USA and the UK. *EMBO Reports*, 8(3), 207.
- Boykoff, M. T., & Boykoff, J. M. (2004). Balance as bias: Global warming and the US prestige press. *Global Environmental Change*, 14(2), 125-136.
- Carvalho, A. (2010). Media(ted)discourses and climate change: A focus on political subjectivity and (dis)engagement. *Wiley Interdisciplinary Reviews. Climate Change*, 1(2), 172-179.
- Castrechini, A., Pol, E., & Guàrdia-Olmos, J. (2014). Media representations of environmental issues: From scientific to political discourse. *European Review of Applied Psychology*, 64(5), 213-220.
- Couldry, N. (2009). Does 'the media' have a future? *European Journal of Communication*, 24(4), 437-449.
- Couldry, N. (2012). *Media, society, world: Social theory and digital media practice*. Cambridge, UK. Polity Press.
- Couldry, N., & Hepp, A. (2017). *Mediated construction of reality*. Cambridge, UK. Polity Press.
- Couldry, N., & Hepp, A. (2013). Conceptualizing mediatization: Contexts, traditions, arguments. *Communication Theory*, 23(3), 191-202.
- D'Angelo, P., D'Angelo, P., & Kuypers, J. A. (2010). *Doing news framing analysis: Empirical and theoretical perspectives*. New York: Routledge.
- Dijk, T. A. v. (1988). *News as discourse*. Hillsdale, N.J: Lawrence Erlbaum Associates.

Eduskunta (2020). Kansalaisaloite lentoverosta 1/2020. Haettu 19.10.2020

https://www.eduskunta.fi/FI/vaski/KasittelytiedotValtiopaivaasia/Sivut/KAA_1+2020.asp

x

Entman, R. M. (1993). Framing: Toward clarification of a fractured paradigm. *Journal of Communication*, 43(4), 51-58.

Finavia (2019). Ennätysten vuosi 2018 – Helsinki-vantaalla 20 miljoonaa rikki ja lentoasemien matkustajamäärät kohosivat 10 prosenttia. Haettu 4.1.2020

<https://www.finavia.fi/fi/uutishuone/2019/ennatysten-vuosi-2018-helsinki-vantaalla-20-miljoonaa-rikki-ja-lentoasemien>

Finavia (2020). Finavian lentoasemilla 26 miljoonaa matkustajaa vuonna 2019 – lentoliikenteessä oli maltillisen kasvun vuosi. Haettu 4.1.2020

<https://www.finavia.fi/fi/uutishuone/2020/finavian-lentoasemilla-26-miljoonaa-matkustajaa-vuonna-2019-lentoliikenteessa-oli>

Finnair (2019). Finnair tuo asiakkaille mahdollisuuden hyvittää lennon päästöt ja tai ostaa biopolttoainetta. Haettu 19.10.2020 <https://company.finnair.com/fi/media/kaikki-tiedotteet/tiedote?id=3177702>

Finnair (2020). Finnair lopettaa suositun päästöhyvitys- ja biopolttoainepalvelunsa nykymuodossaan. Haettu 19.10.2020 <https://company.finnair.com/fi/media/kaikki-tiedotteet/tiedote?id=3588248>

FIAM (2019). Finnish Internet Audience Measurement tulokset. Haettu 4.1.2020 <http://fiam.fi/tulokset/>

FridaysForFuture.org. (2020). Fridays for future - who we are. Haettu 21.10.2020 <https://fridaysforfuture.org/what-we-do/who-we-are/>

Gamson, W. A., & Modigliani, A. (1989). Media discourse and public opinion on nuclear power: A constructionist approach. *American Journal of Sociology*, 95, 1– 37.

Goffman, E. (1986). *Frame analysis: An essay on the organization of experience* (Repr., [new ed.] ed.). Boston: Northeastern University Press.

Hassinen, T. (2018). ”Vaikka maailmanloppu tulisi, lentoyhtiö on korvausvelvollinen”: Emotionaalisuus ilmailua ja matkailua koskevan journalismin kehyksissä vuoden 2010 tuhkapilvikriisissä. Helsingin yliopisto.

- Helsingin Sanomat A. Helsingin sanomat, digiratkaisut. Haettu 4.1.2020
<https://media.sanoma.fi/mediat-yleisot/digiratkaisut/hsfi>
- Helsingin Sanomat B. Helsingin sanomat, uutismedia. Haettu 4.1.2020
<https://media.sanoma.fi/mediat-yleisot/uutismedia/helsingin-sanomat>
- Helsingin Sanomat C. Ohjeita mielipidekirjoituksen lähettämiseen. Haettu 8.2.2020
<https://www.hs.fi/kirjoitamielipidekirjoitus/>
- Herkman, J. (2011). Poliitikko ja mediajulkisuus. Tampere: Vastapaino.
- Higham, J. E. S. (2014). Climate change, discretionary air travel, and the "flyers' dilemma." (report). Journal of Travel Research, 53(4), 462.
- Hjarvard, S. (2014). From mediation to mediatization: The institutionalization of new media. In Andreas Hepp and Friedrich Krotz (Ed.), Mediatized worlds: Culture and society in a media age (pp. 123–139). Basingtoke: Palgrave.
- Hujanen, J. (2000). Journalismin maakunnallisuus: Alueellisuuden rakentuminen maakuntalehtien teksteissä ja tekijöiden puheessa. Jyväskylän yliopisto.
- IATA (2018). IATA forecast predicts 8.2. billion air travelers in 2037. press release no. 62. Haettu 2.1.2020 <https://www.iata.org/pressroom/pr/Pages/2018-10-24-02.aspx>
- IATA (2020). Problems in parking for grounded fleets. Haettu 28.10.2020
<https://airlines.iata.org/news/problems-in-parking-for-grounded-fleets>
- IPCC (2018). Masson-Delmotte, V., Zhai, P., Pörtner, H.-O., Roberts, D., Skea, J., Shukla, P.R., Pirani, A., Moufouma-Okia, W., Péan, C., Pidcock, R., Connors, S., Matthews, J.B.R., Chen, Y., Zhou, X., Gomis, M.I., Lonnoy, E., Maycock, T., Tignor, M. & Waterfield, T. (2019). IPCC. 2018. summary for policymakers. special report: Global warming of 1.5°C. Haettu 27.4.2020 <https://www.ipcc.ch/sr15/chapter/spm/>
- Kansalaisaloite. (2019). Lentovero. Haettu 4.1.2020
<https://www.kansalaisaloite.fi/fi/aloite/4252>
- KMT (2018). Kansallinen mediatutkimus, lukijamäärät ja kokonaistavoittavuudet. Haettu 4.1.2020 <http://mediaauditfinland.fi/wp-content/uploads/2019/06/KMT-2018-lukijam%C3%A4%C3%A4r%C3%A4t.pdf>
- Kilpinen, H. (2019). Lentohäpeä ja vastuullinen matkailu. Haaga-Helia ammattikorkeakoulu.

- Kotimaisten kielten keskus. (A, 2019). Kuukauden sanat 2019: Kuukauden sana heinäkuussa on lentohäpeä. Haettu 2.1.2020
https://www.kotus.fi/nyt/kuukauden_sana/kuukauden_sanat_2019/kuukauden_sana_h_einakuussa_on_lentohapea.30745.news
- Kotimaisten kielten keskus (B, 2019). Sanapöimintoja vuodelta 2019. Haettu 4.1.2020
https://www.kotus.fi/sanakirjat/kielitoimiston_sanakirja/uudet_sanat/vuoden_sanapöim_innot/sanapöimintoja_2019
- Kunelius, R., Noppari, E., & Reunanen, E. (2009). Media vallan verkoissa. Tampere: Tampereen yliopisto, journalismin tutkimusyksikkö.
- Lundby, K. (2014). Mediatization of communication. Berlin: De Gruyter Mouton.
- McCombs, M. E., & Shaw, D. L. (1972). The agenda-setting function of mass media. *Public Opinion Quarterly*, 36(2), 176-187.
- Nieminen, H., & Pantti, M. (2004). Media markkinoilla: Johdatus joukkoviestintään ja sen tutkimukseen. Helsinki: Loki-Kirjat.
- Niemistö, J., Soimakallio, S., Nissinen, A. & Salo, M. (2019). Lentomatkustuksen päästöt. Suomen Ympäristökeskus.
- Nisbet, M. C. (2009) Knowledge Into Action: Framing the Debates Over Climate Change and Poverty. D'Angelo, P. & Kuypers J. (ed.) *Doing news framing analysis. Empirical and theoretical perspectives*. New York ja Lontoo: Routledge. 239–275.
- Ojala, R. (2019). Millennials' awareness and attitudes towards flying. Haaga-Helia ammattikorkeakoulu.
- Pietilä, V. (1973). Sisällön erittely. Helsinki: Gaudeamus.
- Riitala, O. (2019). "Jos menetämme arktisen alueen, menetämme koko maapallon": Arktisen alueen kehystäminen mediassa. Helsingin yliopisto.
- Schäfer, M. (2015). Climate change and the media. *International Encyclopedia of the Social & Behavioral Sciences*, 2nd edition, Volume 3, 853-859.
- Scheufele, D. (1999). Framing as a theory of media effects. *Journal of Communication*, 49(1), 103-122.

- Scheufele, D. A., & Tewksbury, D. (2007). Framing, agenda-setting, and priming: The evolution of three media effects models. *Journal of Communication*, 57, 9– 20.
- Seppänen, J., & Väliaverronen, E. (2013). *Mediayhteiskunta* (2. tarkistettu painos ed.). Tallinna: Vastapaino.
- Shehata, A. (2012). FRAMING CLIMATE CHANGE: A study of US and Swedish press coverage of global warming. *Journalism Studies*, 13(2), 175-192.
- Sitra. (2019). Keskivertosuomalaisen hiilijalanjälki. Haettu 1.2. 2020
<https://www.sitra.fi/artikkelit/keskivertosuomalaisen-hiilijalanjalki/>
- Sumiala, J. (2010). *Median rituaalit: Johdatus media-antropologiaan*. Tampere: Osuuskunta Vastapaino.
- Suomen tekstiili ja muoti ry. Ympäristövastuu. Haettu 19.10.2020
<https://www.stjm.fi/toiminta-alueemme/vastuullisuus/ymparistovastuu/>
- The Guardian (2019). The guardian's climate pledge 2019. The Guardian. Haettu 16.10.2019
<https://www.theguardian.com/environment/ng-interactive/2019/oct/16/the-guardians-climate-pledge-2019>
- Tiihonen A., Vadén. S. (2019). Eduskuntavaalit 2019 – ilmastovaalit? Haettu 30.10.2020 <https://politiikasta.fi/eduskuntavaalit-2019-ilmastovaalit/>
- Traficom. CORSIA - kansainvälisen lentoliikenteen päästöjärjestelmä. Haettu 19.10.2020
<https://www.traficom.fi/fi/liikenne/ilmailu/corsia>
- Tuomi, J. & Sarajärvi, A. (2009). *Laadullinen tutkimus ja sisällönanalyysi* (6th ed.). Helsinki: Tammi.
- Valtioneuvosto (2019). Pääministeri Sanna Marinin hallituksen ohjelma 10.12.2019. OSALLISTAVA JA OSAAVA SUOMI – sosiaalisesti, taloudellisesti ja ekologisesti kestävä yhteiskunta. Haettu 4.10.2020 <http://urn.fi/URN:ISBN:978-952-287-808-3>
- Väliaverronen, E. (2007). *Geenipuheen lupaus: Biotekniikan tarinat mediassa*. Helsinki: Viestinnän laitos, Helsingin yliopisto.
- Väliaverronen, E. (2012). Median kuviteltu valta. In Karppinen, Kari & Matikainen, Janne (Ed.), *Julkisuus ja demokratia* (pp. 83-105). Jyväskylä: Vastapaino.
- Väliaverronen, E. (1996). *Ympäristöuhkan anatomia: Tiede, mediat ja metsän sairaskertomus*. Vastapaino.

Vehkalahti Pekka. (2015). Pohjoisen ydinmylly. Fennovoima kolmessa suomalaisessa sanomalehdessä 2007–2013. *Media Ja Viestintä*, 38(2), 90-111.

Vehkalahti Pertti. (2017). Pohjoisen ydinmylly. Julkinen keskustelu Fennovoiman ydinvoimalasta 2007–2013. Tampereen yliopisto.

Vuola, M. (2012). Kaupallisen lentoliikenteen toimintaympäristön murroksen ja rakennemuutosten vaikutus lentoliikenteen turvallisuuteen. *Trafin Julkaisuja*, 28
Liikenteen analyysit, teema-analyysi.

Wiio, J. (2006). Media uudistuvassa yhteiskunnassa: Median muuttuvat pelisäännöt. Helsinki: Sitra.